

PC WEEK

RUSSIAN EDITION



№ 32 (782) • 29 НОЯБРЯ • 2011 • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>

1С:ДОКУМЕНТООБОРОТ

НОВОЕ РЕШЕНИЕ НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2

1С
ФИРМА "1С"

www.v8.1c.ru/doc8

“Ростелеком” нацелился на 50% российского рынка домашнего ШПД

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

В середине ноября объединенный “Ростелеком” объявил о запуске единого федерального предложения широкополосного доступа (ШПД) в Интернет, ориентированного на домашних пользователей. Во многом именно благодаря ему компания намерена достигнуть к 2015 г.

запланированного (в рамках стратегии развития, утвержденной советом директоров в мае 2011-го) 50-процентного охвата российского рынка частных абонентов проводного ШПД.

В настоящий момент клиентская база оператора составляет порядка 7,7 млн. домохозяйств. Как уверяет вице-президент и коммерческий директор “Ростелекома” Павел Зайцев, в III квартале текущего года компания вышла на тот уровень, когда ей удастся забрать на рынке 45% новых домашних подключений. Однако с учетом вышеупомянутых планов забирать нужно больше, и новое предложение должно увеличить позитивную динамику ориентировочно на 10%. Таким образом,



Павел Зайцев: “В течение следующего года планируем увеличить абонентскую базу на 2,5 млн. домашних интернет-пользователей; из них 70—80% воспользуются новым предложением”

уже через несколько месяцев “Ростелеком” рассчитывает подключать как минимум половину новых пользователей в стране.

По словам г-на Зайцева, в течение 2012 г. абонентская база компании должна в целом увеличиться примерно на 2,5 млн. домохозяйств, и 70—80% из них воспользуются новым предложением.

При этом в компании отдают себе отчет в том, что отечественный рынок уже изрядно насыщен. В среднем по стране 70—80% домохозяйств уже подключено. Но, по уверению г-на Зайцева, у “Ростелекома” есть определенные козыри в рукаве.

По всей видимости, именно по разряду таких козырей в новом предложении проходит возможность самостоятельно компоновать набор услуг из предлагаемых вариантов по принципу “интерактивного конструктора” и тем самым гибко управлять

своими расходами на услуги связи.

Как утверждает директор департамента продуктов и маркетинга “Ростелекома”

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ►

В Москве открыта новая “Галерея Samsung”

ВЛАДИМИР МИТИН

Почти в самом центре Москвы (Тверская улица, 22) компания Samsung Electronics открыла полностью принадлежащий ей фирменный магазин премиум-класса “Галерея Samsung”. Общая площадь магазина состав-

ляет 800 кв. м. Помимо специальных демозон (конвергенции, смарт-подключений, ИТ-решений, бытовой техники и т. д.) на этой площади располагаются продуктовые стенды со свободной выкладкой товара.

Важная особенность магазина — эксклюзивные продажи ключевых продуктов компании, выходящих на российский рынок. По словам директора по маркетингу российского офиса Samsung Electronics Сергея Певнева, посетители “Галереи Samsung” получают уникальную возможность приобрести новинки компании на несколько недель раньше официального старта продаж. В частности, уже сейчас в этом магазине продаются новейшие ноутбуки Samsung Serie 7 Chronos, в которых реализован ряд интересных технологических решений.

Еще одной особенностью “Галереи Samsung” является специальная зона, где будут представлены концепты, прототи-

пы и предпроизводственные образцы продуктов компании Samsung. Это инновационное решение как для российского, так и для международного рынка позволит покупателям увидеть и оценить то, что появится в продаже в ближайшем будущем.



Джан Санг Хо (в центре) разрезает символическую ленту

Кроме того, “Галерея Samsung” максимально ориентирована на предоставление дополнительного сервиса. Покупателям предлагается бесплатная доставка, установка и настройка купленной техники. В самом магазине квалифицированные специалисты помогут оптимизировать и настроить функционал компьютеров, мобильных устройств и других продуктов под конкретные нуж-

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ►

В НОМЕРЕ:

Рынок AV: кризис позади

8



Ноутбуки премиум-класса от Samsung

10

Спрос на ЦОДы растет

12

MBS на пороге юбилея

14

Ericsson — 130 лет в России

17

PC Week Review: Облачные вычисления

18

IBM, Apple, HP: резкие контрасты в кадровой политике

ДЖЕФФРИ БЁРТ

Выбор Вирджинии Рометти в качестве CEO IBM после ухода Сэма Палмизано — последнее из недавних назначений глав ИТ-компаний высшего дивизиона, и оно демонстрирует разительный контраст с тем, как сложилась ситуация с назначением новых CEO в компаниях Apple и Hewlett-Packard.

Более десятилетия Apple руководил харизматичный Стив Джобс, который был одним из основателей компании в 1976 г., затем был со скандалом уволен в 1985-м, а в 1997-м вернулся, чтоб вознести свое детище к невиданным до этого высотам и сделать его самой дорогой компанией в мире. Джобс был движущей силой, стоявшей за созданием таких передовых продуктов, как iPod, iPhone и iPad, и его недавняя кончина может стать большой угрозой будущему Apple (бывший главный операционный директор Тим Кук был назначен преемником Джобса, когда последний ушел в отставку в августе).

Что же касается HP, то компания работает под началом уже третьего CEO за период чуть более года и четвертого за примерно десять лет: сначала на этот пост была назначена Карли Фиорина, за-

тем Марк Хёрд, после него бразды правления взял Лео Апотекар, а теперь новым CEO компании стала Мэг Уитман. Все они были взяты со стороны и обошли многих кандидатов, среди которых были и руководящие сотрудники HP.

Рометти (заступит на должность 1 января 2012 г.) — типичный CEO IBM: она долгое время была одним из руководителей компании и ее, как и Палмизано, долго готовили к этой роли. От нее ожидают стратегического лидерства и не предполагают, что она будет играть роль рок-звезды, как Джобс или Фиорина.

“В IBM используется наиболее упорядоченный официальный план назначения CEO среди всех компаний мира, — заявил eWeek Роб Эндерли, главный аналитик The Enderle Group, — что во многом объясняет, почему корпорация — одна из немногих, которые существуют больше века”.



Вирджиния Рометти, новый CEO IBM

Это резко отличается от стиля Apple, которая во многом ассоциировалась именно с Джобсом, считает Эндерли, и в этом с ним согласен Чарльз Кинг, главный аналитик Pund-IT Research: “Различия между тем, как в компаниях происходит смена высшего руководства, просто невероятны. Apple была и, скорее всего, останется компанией, ведомой яркой индивидуальностью и харизмой ее главы”.

Эндерли отметил, что недостатки планирования могут осложнить дальнейшее развитие Apple: “Apple была невероятно зависима от Стива Джобса, который сделал себя незаменимым руководителем, и его администрация состояла из группы людей, вместе обеспечивавших наличие критически важного набора навыков. Джобс был против того, чтоб готовить преемника, так как боялся, что его отстранят досрочно, поэтому на его месте в стратегическом управлении компании образовалась большая дыра”.

Рано говорить о том, как компания и ее клиенты воспримут действия руководства в пост-джобсовскую эру. За день до смерти Джобса Apple выпустила новую версию смартфона iPhone (iPhone 4S), который уже разошелся тиражом

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 6 ►

ISSN 1560-6929



9 771560 692004

1 1032

“1С-Битрикс: Корпоративный портал” — версия 11.0

ДЕНИС ВОЕЙКОВ

В середине ноября компания “1С-Битрикс” объявила о выпуске новой версии своего продукта “Корпоративный портал 11.0”.

По словам генерального директора “1С-Битрикс” Сергея Рыжикова, когда ему приходится отвечать на вопрос, зачем среднестатистической компании нужен подобный программный продукт в частности и корпоративный портал вообще, он дает предельно короткий ответ: для повышения эффективности бизнеса.

Как отметил г-н Рыжиков, данным направлением его компания начала заниматься с 2008 г. И с каждым годом, с каждым новым релизом (а обновления продукта сейчас происходят в рамках стратегии выпуска двух релизов в год, весной и осенью) “1С-Битрикс” совершает для себя множество открытий — и при воплощении своих новых идей (при проверке их в работе), и при непосредственном общении с клиентами. В результате продукт постоянно совершенствуется, и г-н Рыжиков зачастую даже слышит упреки от своих разработчиков в том, что на публичных анонсах он не рассказал о тех или иных вещах.

Представляя версию 11.0, г-н Рыжиков также не стремился в рамках короткой презентации упомянуть обо всех обновлениях (их слишком много) и остановился только на самых важных.

Так, был упомянут новый сервис “Есть идея?”, который позволяет сотрудникам высказать соображения по улучшению бизнеса и всей компании, задействуя и раскрывая потенциал всего коллектива.

Сервис “Мне нравится” — уже ставший привычным во внешней коммуникационной среде инструмент положительной обратной связи — позволяет ранжировать корпоративный контент согласно ценности информации, помогая быстро находить наиболее релевантные запросу записи, файлы или задачи.

Новая интерактивная “Живая лента” объединяет все внутренние и внешние сервисы компании в едином инструменте информирования и работы; интегрирована с задачами, рабочими отчетами, сервисом “Мне нравится”, с открытым API для внешних данных из “1С” и любых других информационных систем.

Социальный поиск — система с социальным ранжированием значимого контента (в дополнение к морфологии учитывается расстояние между словами, пунктуация, мнения сотрудников по кнопкам “Мне нравится”).

“Проекты и задачи 2.0” — сервис, позволяющий учитывать затраты времени и других ресурсов на выполнение задач в рамках проекта; включает интеграцию с календарями, построение так называемой диаграммы Ганта, механизм делегирования, задачи в экстранете для работы с партнерами и клиентами.



Сергей Рыжиков: “Самый короткий ответ на вопрос, для чего нужен корпоративный портал, — повышение эффективности бизнеса”

“Собрания и планерки” — инструмент, позволяющий повысить эффективность проведения внутренних встреч. Имеет такие возможности, как приглашение участников, автоматическая рассылка повестки собрания, отметка о времени встречи в личных календарях, рассылка результатов обсуждения, постановка задач по итогам совещания. Вся информация сохраняется на портале, обеспечивая прозрачность в рабочих коммуникациях.

Универсальный конструктор отчетов — разработка, которая позволяет сотрудникам самим конструировать отчеты для разных объектов и в дальнейшем многократно их запускать; первая интеграция выполнена с проектами и задачами.

Улучшенная CRM — новая система распределения прав доступа (по всем элементам, свойствам, статусам), интегрированная с задачами, бизнес-процессами, почтой: импорт данных, рассылка почтовых сообщений, открытый REST API для автоматического размещения лидов в CRM.

Новая концепция прав доступа к документам, персональным файлам и спискам — возможность устанавливать права на документы и элементы списков в соответствии со структурой компании (для отдела или сотрудника).

Обновленная мобильная версия корпоративного портала позволяет мобильным пользователям работать с “живой лентой”, писать в микроблог, комментировать, работать с документами, задачами, получать и отправлять сообщения; реализована с использованием HTML5, функционирует в среде Android, iOS, Windows Phone 7.

Кроме того, в 11-й версии продукта реализован журнал изменений — “черный ящик” портала, хранящий информацию обо всех происходящих на нем изменениях.

Резюмируя рассказ о новшествах, г-н Рыжиков подчеркнул, что в данном выпуске компания сосредоточилась на том, что представляется наиболее важным для повышения эффективности бизнеса.

Говоря же об изменениях, которые уже назрели, но еще не были реализованы в представленной версии, он отметил, что в течение последующих шести месяцев компания очень серьезное внимание уделит интерфейсу продукта. По его мнению, если у пользователя возникает необходимость читать документацию (а над ней “1С-Битрикс” работает очень серьезно и даже намеревается выпустить специальное руководство по внедрению продукта), значит, разработчики где-то недосмотрели — всё и так должно быть просто и понятно.

Отвечая на вопрос об ориентировочных сроках внедрения продукта в компаниях-клиентах, г-н Рыжиков отметил, что при старте портала есть два аспекта. Один связан с его техническим запуском, другой — с интеграцией в корпоративную среду. Обычно с интеграцией справляется внутренний ИТ-департамент, как правило, это работа нескольких дней, не больше. (В “1С-Битрикс” даже иногда используют слоган “интеграция за четыре часа”). Дальше наступает адаптация компании к интерфейсу. Мастер продукта позволяет не включать все опции сразу, а делать это поэтапно. Разработчики всё разделили на несколько больших блоков. Сначала можно включить вертикальные коммуникации

(как говорят — безрисковые, где всё очень аккуратно работает, пользователи лишены возможности вести переписку, что-либо комментировать и т. д., но при этом становятся видны лица коллег и структура портала). Затем можно включить инструменты совместной работы и коммуникации. Последними запускаются бизнес-процессы — подтверждение счетов, оплата командировок, оформление заявок и пр.

Как уверяет г-н Рыжиков, никаких жестких стандартов не существует. Небольшие компании внедряют продукт очень быстро. В целом же при запуске проекта заказчику нужно дать на адаптацию от двух до четырех недель, в течение которых сотрудники познакомятся с порталом и даже с самой компанией (поразглядывают фото коллег, альбомы с историческими корпоративными мероприятиями и т. д.). Последующий запуск инструментов совместной работы может занимать от одной-двух недель до нескольких месяцев.

Сергей Рыжиков отметил, что его часто спрашивают, нужен ли корпоративному portalу специальный менеджер, который будет за ним следить и размещать на нем материалы. Ответ на этот вопрос таков. До тех пор, пока у компании нет отдельного HR-департамента, такой человек не нужен. Портал будет существовать и саморегулироваться автоматически. Когда же в структуре компании появляются те, кто призван заниматься внутренними коммуникациями, в их интересах начать целенаправленно использовать портал для своих нужд.

В завершение нужно упомянуть, возможно, не самую приятную новость: в отличие от стоимости продукта целиком цена на дополнительного пользователя, которая не менялась более трех лет, теперь увеличивается с 500 до 700 руб. Впрочем, до конца 2011 г. действуют старые цены — все, кто бюджетировал или планировал покупку продукта, смогут приобрести дополнительные лицензии по старым ценам.

Также сообщается, что пользователи “1С-Битрикс: Корпоративного портала” с активной технической поддержкой могут бесплатно перейти на новую версию при помощи технологии обновлений SiteUpdate.

Galaxy Note — флагман в линейке смартфонов Samsung

ИГОРЬ ЛАПИНСКИЙ

С 26 ноября в России стартуют продажи очередной новинки Samsung Electronics в сегменте смартфонов. Впрочем, Galaxy Note, так называется новинка, явно выбивается из общего ряда

смартфонов, представленных сегодня на рынке. Поэтому не удивительно, что Джан Санг Хо, президент Samsung Electronics по странам СНГ, отнес его к новой категории мобильных устройств. По его словам, пользователям смартфонов зачастую не хватает блокнота, в который они могли бы быстро записать пришедшие в голову мысли, и Galaxy Note устраняет эту проблему.

В канувших в Лету КПК и первых смартфонах на базе ОС Windows Mobile такая функция уже была, так что в данном случае можно, наверное, говорить о выходе по спирали на новый виток и в ином качестве. Действительно, писать стилом (у Samsung такая электронная ручка называется S Pen) на 5,3-дюймовом экране Galaxy Note (отсюда и немаленькие габариты устройства — 147×83×9,6 мм),

несомненно, удобнее, чем на популярных когда-то КПК, а уж по качеству изображения выполненный по технологии HD Super AMOLED и имеющий разрешение 1280×800 точек, он просто не идет ни в какое сравнение даже с тем, что мы видим в современных смартфонах, еще не сошедших с полок магазинов.

Samsung обещает и гораздо более широкий функционал для заметок и аннотирования записей, чем можно было представить когда-то. Для этого устройство дополнено специальными новыми приложениями (в частности, S Memo и S Planner), с помощью которых, как утверждают в Samsung, пользователь может не только быстро сделать запись от руки, но также дополнить ее изображением (например,

фрагментом карты с указанием места встречи) и все это отправить по электронной почте или MMS-адресату. Такого рода приложения для Galaxy Note в магазине Samsung Apps будут представлены в отдельной категории Choice S, которая будет постоянно пополняться (в

том числе, как было заявлено, и разработками российских программистов). Уже сейчас, утверждают в Samsung, пользователям доступны также приложения Soonr Workplace (для совместной работы над документами), iAnnotate PDF (позволяет оставлять рукописные заметки в PDF-файлах), OmniSketch (для рисунков и чертежей), Zen Brush (превращает S Pen в каллиграфическое перо). В устройстве предусмотрена также функция распознавания рукописного текста и преобразования его в цифровой формат — интересно будет посмотреть, как далеко продвинулась данная технология.

Понятно, что свой новый флагман с расширенными функциями, работающий под ОС Android 2.3 (Gingerbread), Samsung не могла “обидеть” с точки зрения аппаратной платформы. Новинка снабжена двухъядерным 1,4-Гц процессором, 16 или 32 Гб встроенной памяти (поддерживается также карта microSD емкостью до 32 Гб), 8-мегапиксельной тыловой и 2-мегапиксельной фронтальной камерами. Интересно, что помимо GPS новый смартфон Samsung также поддерживает и российскую ГЛОНАСС. Однако задействуются обе системы одновременно, что при использовании со-

ответствующего приложения, по словам представителей компании, повышает точность позиционирования примерно в три раза. Еще один важный момент — батарея. Ее емкость (2500 мА·ч) позво-



Вот так выглядит Samsung Galaxy Note

ляет рассчитывать на то, что устройство и при сравнительно интенсивной эксплуатации продержится по крайней мере день.

Наконец, важнейший для любителей гаджетов (а по мнению Алексея Дорофеева, директора департамента мобильных устройств Samsung Electronics, Galaxy Note — это мечта гаджетомана) показатель — цена. Прямо скажем, не маленькая — 34 990 руб. за модель с 16 Гб памяти. Гаджетомана, возможно, она не остановит, а вот тех, кто маниями не страдает, наверное, заставит призадуматься.



Алексей Дорофеев: “С нашей точки зрения, Galaxy Note — это воплощение мечты гаджетомана”



Максимальная производительности при минимальном расходе электроэнергии — автоматически.

Процессор Intel® Xeon® серии 5600

Почувствуйте разницу с Intel® Inside®

Сократите на 60% эксплуатационные расходы*



Суперкомпьютерный комплекс установлен в Южно-Уральском государственном университете (ЮУрГУ), Челябинск, 2010 г.

Самое энергоэффективное суперкомпьютерное решение в СНГ на базе процессоров Intel® Xeon® позволяет существенно снизить стоимость владения (TCO):

- максимально эффективное жидкостное охлаждение на уровне системных плат
- дополнительные возможности экономии за счет режима free cooling
- очень низкий показатель использования электроэнергии (PUE) для ЦОД менее 1,2
- повышенная надежность
- отсутствие шума и вибрации
- сокращение площади ЦОД в 2,5-3 раза

ПОБЕДИТЕЛЬ НОМИНАЦИИ «ЛУЧШЕЕ В РОССИИ И СНГ СЕРВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ НА БАЗЕ ПРОЦЕССОРОВ INTEL® XEON®»**

* экономия затрат на электроэнергию (в руб.) благодаря эксплуатации решения компании РСК

** награда корпорации Intel по итогам конкурса за 2010 год



Ведущий в России и СНГ разработчик и интегратор суперкомпьютерных решений нового поколения на основе архитектур и технологий корпорации Intel и передового жидкостного охлаждения

Москва, Кутузовский проспект 36, стр. 23, ст. м. «Кутузовская». Тел.: (495) 640-31-07, email: HQ@rsc-skif.ru, www.rscgroup.ru



СОДЕРЖАНИЕ

№ 32 (782) • 29 НОЯБРЯ, 2011 • СТРАНИЦА 4

НОВОСТИ

- 1 “Ростелеком” предлагает единый федеральный ШПД в Интернет для домашних пользователей
- 1 В Москве Samsung Electronics открыла фирменный магазин премиум-класса “Галерея Samsung”
- 1 Различия в кадровой политике IBM, Apple, HP
- 2 “1С-Битрикс” объявила о выпуске версии 11.0 “Корпоративного портала”
- 2 Samsung Galaxy Note — мечта гаджетомана

ИТ-БИЗНЕС

- 8 Эрик Чен: “Мы стараемся более тесно сотрудничать с нашими партнерами, чтобы лучше понимать запросы заказчиков”
- 9 Polymedia подвела итоги работы в текущем году и наметила перспективные направления будущего развития

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

- 10 Transformer Prime — первый планшет с процессором Tegra 3
- 10 В России начались продажи ноутбуков Samsung серии 7 Chronos
- 11 Новые документ-сканеры Canon

ИНФРАСТРУКТУРА

- 12 В Москве прошла 3-я конференция DataCenterDynamics Moscow

УПОМИНАНИЕ ФИРМ В НОМЕРЕ

1С	21	Asus	10	IBS Platformix	18,23
1С-Битрикс	1	Asustek Computer	8	JVC	13
Ай-Теко	18	Avaya	12	LifeSize	8
Астерос	18,23	Canon	11	Microsoft	14,18,20,22
БОСС. Кадровые системы	18	Cisco Systems	16,18,20	Nvidia	10
Инфосистемы Джет	18	Citrix Systems	18,22	Polymedia	9
Ростелеком	1	Dell	12	PRYSM	8
Софтлайн	22	EMC	20	Samsung Electronics	1,2,10
Техносерв	18,20	Emerson Network Power	12	Smart	8
Цифровые системы	13	Ericsson	17	TopS BI	16
Юниклауд	18	HP	1,15,18	VMware	20
Apple Computer	1	IBM	1,12,18		

- 12 Avaya web-alive позволяет собирать людей для совместной работы в виртуальном пространстве
- 13 В декабре в России начнутся продажи новой линейки проекторов JVC

КОРПОРАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ

- 14 Майкл Парк: “MBS развивается в контексте единой стратегии Microsoft”

ЭКСПЕРТИЗА

- 15 HP модернизировала ИТ-инфраструктуру “Хайнаньских авиалиний”

- 16 TopS BI построила современную телекоммуникационную систему в крупной биофармацевтической компании

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- 17 Ericsson провела корпоративный форум, посвященный 130-летию присутствия компании в России

PC WEEK REVIEW: ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ

- 18 Ситуация с облаками в России и ее перспективы развития
- 20 Максим Зубарев: “Гибкость, которую предоставляют облачные вычисления, стала основой для движения в сторону облаков”
- 22 Сергей Поздняков: “Задача Citrix — обеспечить людям доступ к нужной информации с любого устройства из любого места и в любое время”
- 23 Облачная модель: переход от этапа активного обсуждения к этапу практической реализации
- 25 Опыт компании “Астерос” в области построения облачных ИТ-сред
- 27 Облачные возможности для СТО

БЛОГОСФЕРА PCWEEK.RU

Государство сбросило карты (универсальные, электронные)

Денис Воейков,

www.pcweek.ru/gover/blog/gover/

Итак, нам придется обходиться без универсальной электронной карты еще как минимум год. Если я правильно понимаю делегирование полномочий по этому проекту, то формально дело провалило Минэкономразвития. Но реально — еще очень многие ведомств. И Минкомсвязи не исключение (старт проекта перенесен на начало 2013-го, но замминистра Илья Массух почему-то заявляет, что карта заработает “через год-два”).

В географическом срезе, если опять же я правильно понимаю ситуацию, тормозом для реализации проекта являются регионы. В столице карты не так давно начали тестировать в ИТ-департаменте правительства Москвы и в ГУП “Московский социальный регистр”...

Планшеты в КИС и на MS TechEd

Андрей Колесов,

www.pcweek.ru/ecm/blog/ecm/

Как все же рабочие места на планшетах (и каких именно?) используются в реальных проектах и делах?

Пока вырисовывается такая картина:

- 1) речь идет исключительно о VIP-пользователях;

- 2) внедрение идет с сильной индивидуальной настройкой (все делается чуть ли не под конкретного человека);

- 3) не очень понятно, как планшеты вписываются в общую корпоративную систему. Пока это некий “экслюзив” (исключение из правил).

На выставке, развернутой на прошедшей недавно конференции MS TechEd, я увидел два “профильных” (по СЭД) стенда — Digital Design и ЭОС. Сразу подумал, что наверняка будут показывать “мобильные рабочие места”. И оказался прав...

Смартфоны будут постепенно менять нашу действительность

Сергей Стельмах,

www.pcweek.ru/mobile/blog/mobile/

Электрификация, телефонизация... Всё это уже есть и будет. Но вот сегодня встретил на просторах Сети термин авторства Ребекки Гринфилд из The Atlantic: “смартфонификация”. А ведь дей-

ствительно, это скачкообразно растущее явление — распространение умных мобильных устройств — нужно было как-то обозначить.

Нужно сделать фотоснимок? В нашем распоряжении имеется встроенная в смартфон камера. Нечем занять в дороге неумное дитя? Можно включить ему полюбившиеся мультфильмы. А еще можно заказать практически любые товары в интернет-магазине и при необходимости сразу же рассчитаться...

РАНО? В самый раз!

Сергей Бобровский,

www.pcweek.ru/idea/blog/idea/

IBM пожертвовала на общее благо асинхронный протокол для взаимодействия мобильных устройств Message Queuing Telemetry Transport (MQTT). Он ориентирован на реализацию концепции Интернета вещей, позволяет преодолеть известные ограничения HTTP и SOAP и объединяет под одной крышей ныне действующие архитектурные middleware-схемы наподобие SOA. Нынешние протоколы нацелены в значительной степени на взаимодействие людей (до 10 млрд. клиентов) и относительно невысокую нагрузку, но к 2020-му мировой трафик с учетом межмашинного взаимодействия возрастет в тысячу раз (прогноз от Dave Evans, chief futurist из Cisco). MQTT тут и поможет...

Нюх от Microsoft

Сергей Бобровский,

www.pcweek.ru/idea/blog/idea/

Немереный рынок Интернета вещей интересен, понятно, не только одну IBM. Дешевые чипы с малым потреблением энергии, встроенные в каждый предмет (а в будущем — наверное, и в каждый наш орган) и непрерывно мониторящие его состояние, подразумевают выработку и согласование множества новых стандартов. Голубой гигант сразу атаковал тяжелый, корпоративный сегмент этой сферы — middleware, серверную начинку. Ну а Microsoft сосредотачивается на более привычных “встраиваемых устройствах”, и непонятно, где денег больше. Так, рынок B2B для embedded devices оценивается в 2 триллиона долларов в 2015-м. К тому времени на Земле будут взаимодействовать друг с другом 10 млрд. устройств, полагает VDC Research.

И тут интересно, какая модель возьмет верх: удастся ли Microsoft столь же успешно пролоббировать проприетарную Windows Embedded или же массовыми станут открытые стандарты и свободный софт при поддержке других крупных корпораций?..

Киберзасады вместо кибератак

Валерий Васильев,

www.pcweek.ru/security/blog/security/

Троянские программы становятся движущей силой вирусописательства — предупреждает GData SecurityLabs. Трояны, по данным ее специалистов, составляют сегодня примерно 94% от всех вредоносных.

Тихо сидит троян, крадет данные с атакующего компьютера, а еще готовит его к работе в качестве звена в бот-сети, используемой для масштабных киберопераций, которые, кстати, тоже проводятся тайно и обнаруживаются спустя месяцы после совершения, если обнаруживаются вообще.

По данным Symantec, статистика по ботнетам выглядит удручающе и дискредитирует даже так называемые развитые страны. Более четверти зараженных компьютеров расположены на территории США, следом идут Бангладеш и Великобритания. Заражены компьютеры Франции, Германии, Индии, Японии, России и многих других стран (мы не в лидерах только потому, что отстаем от перечисленных выше стран по количеству находящихся на их территории компьютеров).

Когда речь идет о таких массовых заражениях, мне представляется, что за дело должны браться государства, в том числе и наше — пусть отработывают деньги налогоплательщиков...

Главное достоинство СПО

Сергей Голубев,

www.pcweek.ru/foss/blog/foss/

Как известно, главное достоинство СПО заключается в потенциальной возможности сэкономить кучу денег на разработке ПО. Бери почти готовую свободную программу, доводи ее до ума, ставь на собственное устройство и продавай. Так говорит теория. Но согласна ли с этим практика?

Первое, что приходит на ум, — PocketBook. Взяв за основу свободное ПО, ук-

раинские разработчики сделали лучшую (разумеется, это мое субъективное мнение) читалку электронных книг. Уверен, если бы им нужно было всё ПО писать с нуля, то ничего бы у них не вышло.

Впрочем, я не ставлю целью составить перечень успешных бизнес-проектов, в основе которых лежит СПО. Список будет очень длинным. Но десктопных платформ в нем не будет. Честно говоря, для меня это большая загадка. Чтобы не рассуждать отвлеченно, попробую конкретизировать.

Есть проект GNOME. Вторая версия этого интерфейса — практически доведенный до ума рабочий стол. Правда, сейчас он практически не развивается: независимые разработчики увлеклись третьей версией.

Казалось бы, самое время какой-нибудь компании взять GNOME 2, довести его от почти совершенства до совершенства, договориться с производителем ноутбуков насчет OEM и вывести наконец Linux на массовый рынок. Но этого почему-то не происходит...

Все в Сеть. Социальную

Сергей Бобровский,

www.pcweek.ru/business/blog/business/

Сформированный недавно альянс Microsoft + AOL + Yahoo договорился об ads-взаимопомощи и перекрестной рекламе. Члены альянса могут взаимодействовать и с другими крупными площадками, однако эксперты уверены, что никто из этой тройки не станет общаться ни с Google, ни с Facebook, против которых альянс фактически и задуман. В последнее время крупнейший поисковик и крупнейшая “социалка” захватили приличную часть самой дорогой рекламной ниши. А Facebook и так лидирует на американском рекламном интернет-рынке, контролируя около 18% (в 2012-м доля возрастет до 19%, полагает EMarketer, причем доли Google и Yahoo сравняются — по 12%). Его лавры не дают покоя даже Google, который запустил блоги Google+ с очевидным прицелом.

Однако гладко было на бумаге, да забыли про овраги... А как это все будет организовано технически? Например, в Google есть развитая автоматическая система вхождения мелких структур в рекламный процесс...

SONY
make.believe

VAIO

Баланс

эффективности и мобильности

VAIO серии S

диагональ 13,3"

легкая магниевая крышка

алюминиевая клавиатура

Эффективность

Высокая скорость
и быстрое начало работы.

Мобильность

Работайте и развлекайтесь в дороге
с автономной работой до 7 часов.



РОСКО — официальный дистрибьютор Sony

Москва
Тел.: (495) 795-04-00

Санкт-Петербург
Тел.: (812) 677-08-09

Интернет
www.rosco.ru

РОСКО

Дистрибьютор современных технологий



Учредитель и издатель
ЗАО «СК ПРЕСС»

Издательский директор

Е. АДЛЕРОВ

Издатель группы ИТ

Н. ФЕДУЛОВ

Издатель

С. ДОЛЬНИКОВ

Директор по продажам

М. СИНИЛЬЩИКОВА

Генеральный директор

Л. ТЕПЛИЦКИЙ

Шеф-редактор группы ИТ

Р. ГЕРР

Редакция

Главный редактор

А. МАКСИМОВ

Заместители главного редактора:

И. ЛАПИНСКИЙ —

1-й заместитель главного

редактора,

Научные редакторы:

В. ВАСИЛЬЕВ,

Е. ГОРЕТКИНА, Л. ЛЕВИН,

О. ПАВЛОВА, С. СВИНАРЕВ,

П. ЧАЧИН

Обозреватели:

О. БЛИНКОВА, Д. ВОЕЙКОВ,

С. ГОЛУБЕВ, С. БОБРОВСКИЙ,

А. КОЛЕСОВ, М. ФУЗЕЕВА

Специальный корреспондент:

В. МИТИН

Корреспондент:

М. ФАТЕЕВА

PC Week Online:

А. ЛИВЕРОВСКИЙ

Тестовая лаборатория: А. БАТЫРЬ

Ответственный секретарь:

Е. КАЧАЛОВА

Литературные редакторы:

Н. БОГОЯВЛЕНСКАЯ,

Т. НИКИТИНА, Т. ТОДЕР

Фотограф:

О. ЛЫСЕНКО

Художественный редактор:

Л. НИКОЛАЕВА

Группа компьютерной верстки:

С. АМОСОВ, А. МАНУЙЛОВ

Техническая поддержка:

К. ГУЩИН, С. РОГОНОВ

Корректор: Л. МОРГУНОВСКАЯ

Оператор: Н. КОРНЕЙЧУК

Тел./факс: (495) 974-2260

E-mail: editorial@pcweek.ru

Отдел рекламы

Руководитель отдела рекламы

С. ВАЙСЕРМАН

Тел./факс:

(495) 974-2260, 974-2263

E-mail: adv@pcweek.ru

Распространение

ЗАО «СК Пресс»

Отдел распространения, подписка

Тел.: +7(495) 974-2260

Факс: +7(495) 974-2263

E-mail: distribution@skpress.ru

Адрес: 109147, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, к. 10,

3-й этаж, оф. 328

© СК Пресс, 2011

109147, Россия, Москва,

ул. Марксистская, д. 34, корп. 10,

PC WEEK/Russian Edition.

Еженедельник печатается по лицен-

зионному соглашению с компанией

Ziff-Davis Publishing Inc.

Перепечатка материалов допускается только

с разрешения редакции.

За содержание рекламных объявлений и

материалов под грифом "PC Week promo-

tion", "Специальный проект" и "По

материалам компании" редакция ответствен-

ности не несет.

Editorial items appearing in PC Week/RE that

were originally published in the U.S. edition

of PC Week are the copyright property

of Ziff-Davis Publishing Inc. Copyright 2011

Ziff-Davis Inc. All rights reserved. PC Week is

trademark of Ziff-Davis Publishing Holding Inc.

Газета зарегистрирована Комитетом РФ

по печати 29 марта 1995 г.

Свидетельство о регистрации № 013458.

Отпечатано в ОАО "АСТ-Московский

полиграфический дом", тел.: 748-6720.

Тираж 35 000.

Цена свободная.

Использованы гарнитуры шрифтов

"Темза", "Гелиос" фирмы TypeMarket.

"Ростелеком" ...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

ма" Родион Левочка, запросы пользователей в настоящее время меняются: люди становятся более искушенными и требовательными, им нужен оптимальный функционал.

В домашнем Интернете "Ростелекома" базовой является опция "Домо-минимум", обеспечивающая клиенту безлимитный доступ в Сеть на комфортной скорости. Дополнительно эту скорость можно в несколько раз увеличить, получить антивирусное ПО, фиксированный IP-адрес и т. д. При этом стоимость предоставленных услуг не зависит от технологии подключения (ADSL, FTTH, GPON и т. д.) — по мнению г-на Левочки, клиент в подобных тонкостях разбираться не обязан; тарифная политика компании технологически нейтральна.

Стоит отметить, что сейчас для предоставления ШПД "Ростелеком" в основном использует так называемые медные коммуникации, на которых реализована технология ADSL. Некоторых пользователей она уже не устраивает по скорости, поэтому компания проводит замену кабелей на оптоволоконно и в ближайшем будущем рассчитывает отчитаться о миллионе "оптических" пользователей.

Интересен и тот факт, что активизировавшееся в последнее время продвижение операторами большой мобильной тройки технологии беспроводного доступа 3G, по наблюдениям г-на Зайцева, на продажи домашнего Интернета практически никакого влияния не оказыв-

ло. Видимо, в сознании пользователя это воспринимается как дополнительная услуга. Поэтому 3G-интернет, который "Ростелеком" скоро начнет предлагать клиентам, также будет позиционироваться в качестве дополнительного коммуникационного преимущества.

По утверждению г-на Левочки, отдельных инвестиций в новое предложение не было. Происходит унификация продуктов, и затраты носят "регулярный" характер.

На вопрос о стоимости для компании привлечения одного абонента г-н Зайцев затруднился ответить. Дескать, в отличие от сотовой связи, где все просто и прозрачно, здесь провести точные подсчеты практически невозможно (не понятно, как именно это нужно делать). А вот чем интернет-стратегия "Ростелекома" роднится с мобильным рынком, так это политикой ценообразования. По словам г-на Зайцева, цены на ШПД в разных регионах будут разными — в соответствии с уровнем платежеспособности населения. Компания везде выбрала некую базовую скорость подключения и устанавливает на нее базовую цену — по нижней границе местного рынка.

Кстати, к Москве все вышесказанное не относится вовсе. Речь идет о сугубо региональном предложении, и это, по словам г-на Зайцева, было целенаправленным стратегическим решением. В столице на рынке ШПД "Ростелеком" представлен весьма слабо, и здесь нужно отдельное лобовое предложение — по хорошей цене, с хорошим качеством, с интерактив-

ным телевидением и т. д. По стране же в целом у компании доля рынка превышает 40%, поэтому в регионах запускается некий тюнинг услуг.

В заключение стоит подчеркнуть, что первое клиентское предложение объединенной компании появилось еще в апреле, сразу после объявления о завершении слияния ("пакет минут в подарок", которым, кстати, уже воспользовался 1 млн. пользователей), но сейчас речь идет о первом продукте под новым брендом. Правда, как уточняет г-н Левочка, в кон-

тексте переходного периода маркетинговое продвижение новой услуги станет осуществляться по принципу кобрендинга. Например, в Центральном регионе в рекламе будет использоваться как новый логотип объединенного "Ростелекома", так и логотип старого локального бренда "Домолинк".

При этом, как отмечает г-н Зайцев, старые тарифные планы ШПД в регионах пока сохраняются. В архив они начнут перекочевывать позже — будет происходить их постепенное естественное замещение. □

В Москве...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

ды покупателей. Предлагаются клиентам и всевозможные дополнительные сервисы, включая предварительный заказ и различные мастер-классы.

В будущем Samsung Electronics планирует открытие новых салонов, схожих по формату, в других крупных городах. Причем не только в России, но и в других странах. О значимости для корейской компании этого проекта говорит то, что в торжественной церемонии открытия "Галереи" принял участие президент Samsung Electronics по странам СНГ Джан Санг Хо, а также другие VIP-гости.

Следует отметить, что "Галерея Samsung" существовала в Москве и раньше. Она была открыта в июле 2003 г. как многоэтажный выставочный центр общей площадью свыше 1700 кв. м, в котором можно было ознакомиться с новыми технологиями

и продуктами компании. Однако многие посетители тогдашней "Галереи" жаловались на то, что понравившиеся им товары нельзя сразу же и приобрести. Ученье пожелания этих посетителей стало возможным после того, как в 2007-м было образовано ООО "Самсунг Электроникс Рус Компани", имеющее право ведения хозяйственной деятельности на территории России и постепенно взявшее на себя все заботы по растаможиванию продукции Samsung Electronics и её централизованному хранению. Розничные продажи товаров в прежней "Галерее Samsung" начались в феврале 2008 г. Но под влиянием общемирового финансового кризиса эту "Галерею" (она располагалась на Тверской улице, 9/17, рядом с Центральным телеграфом) пришлось закрыть. Объем инвестиций в открытие новой "Галереи Samsung" не раскрывается. По мнению Сергея Певнева, эти инвестиции окупятся в течение нескольких лет. □

IBM, Apple, HP...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 1

в 4 млн. экземпляров за первые два дня продаж. И хотя Кук, возможно, не столь харизматичен, как его предшественник, он работал вместе с Джобсом на протяжении многих лет и имеет глубокое понимание миссии компании.

Несмотря на это, IBM сейчас в гораздо лучшей форме благодаря принципам своей корпоративной культуры, согласно которой нового главу компании выбирают из своих и готовят его к назначению на самый высокий пост не один год. Такая тактика поможет IBM избежать потрясений, случившихся в HP в течение последних лет из-за того, что CEO приглашались извне и в итоге не смогли обрести необходимого понимания бизнеса компании.

HP нужно сильное и сбалансированное ПК-подразделение

HP стремится к тому, чтобы ее подразделение по выпуску ПК, Personal Systems Group (PSG), обрело сильные и сбалансированные позиции, демонстрируя приверженность компании бизнесу производства аппаратного обеспечения.

Даже в то время, пока правление Hewlett-Packard мучительно принимало решение по поводу судьбы PSG, высшее руководство компании прилагало все

усилия, чтобы сохранить в нем обычный рабочий темп.

"Ранее мы уже заявляли, что поиск стратегии на рынке ПК ни в коей мере не отразится на текущих планах выхода продуктов, — отметил Стивен ДиФранко, старший вице-президент и генеральный менеджер PSG в регионе Северной и Южной Америки в интервью eWeek. — Планы выхода продуктов оставались неизменными — у нас были обязательства перед нашим торговыми партнерами".

В своем заявлении от 27 октября Мэг Уитман объяснила решение оставить подразделение персональных систем тем, что анализ показал большую стратегическую ценность подразделения для компании. "HP объективно оценила стратегические, финансовые и операционные последствия потенциальной продажи PSG для компании, — написала она. — После проведенного анализа стало ясным, что решение оставить его в HP является верным для наших клиентов, партнеров, акционеров и сотрудников".

Уитман завершила прессу и аналитиков, что HP предпримет действия для оптимальной работы компании в условиях низкой маржинальности, свойственной рынку производства ПК. Решение не отказываться от компьютерного бизнеса стало фактическим опровержением внезапного поворота компании на 180 градусов ранее в

этом году, когда бывший на то время главой компании Лео Апотекер заявил, что компания полностью или частично уйдет с рынка ПК.

В ближайшие месяцы HP должна определиться с позиционированием PSG с учетом наиболее востребованных сфер рынка ПК. "Существует множество частей нашей линейки аппаратных решений, о которых мы не часто говорим: продукция для точек продаж, цифровые дисплеи, тонкие клиенты, рабочие станции, — сказал ДиФранко. — Одной из наших предстоящих задач является определение того, как получить на выходе сбалансированный портфель решений".

Стратегия компании в отношении webOS, мобильной операционной системы, унаследованной от поглощения Palm в 2010 г., пока находится в стадии рассмотрения. HP внедрила webOS в злосчастные планшеты TouchPad, и Апотекер объявил, что это ПО постепенно будет установлено на ПК производства HP.

Планшет TouchPad получил ряд восторженных отзывов от критиков, но продажи, последовавшие за его выходом на рынок США, были вялыми. Шесть недель спустя Апотекер решил "убить" неудачный планшет, анонсировав это как часть стратегического репозиционирования компании, что в какой-то момент времени привело на

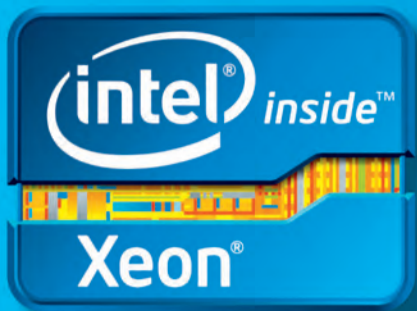
эшафот и все подразделение PSG. Рынок отреагировал на это весьма негативно, отправив курс акций HP в штопор, что и послужило причиной отставки Апотекера.

HP все еще присутствует на рынке планшетов, однако сменит webOS на Windows. "Мне кажется, нам необходимо оставаться на рынке планшетов, — сообщила Уитман аналитикам и репортерам. — Мы однозначно продолжим выпускать решения на ОС Windows, а также собираемся определиться относительно webOS".

До сих пор непонятно, станет ли HP лицензировать webOS для других производителей планшетов или продаст саму платформу.

ДиФранко также подтвердил планы HP на рынке планшетов. "Мы посвятили много усилий созданию планшета на Windows 8, — заявил он. — Общая стратегия в отношении рынка планшетов находится в процессе рассмотрения".

В 2012 г. Windows 8 объединит традиционный интерфейс рабочего стола Windows с другим пользовательским интерфейсом, основанным на своеобразных цветных "плитках", с возможностью легкого переключения между ними. Интерфейс с "плитками" разработан для планшетов, что наконец позволит Microsoft конкурировать с Apple iPad в сегменте планшетных компьютеров. □



Максимальная продуктивность в сочетании с исключительной надежностью.

Семейство процессоров Intel® Xeon® E3

Почувствуйте разницу с Intel® Inside®

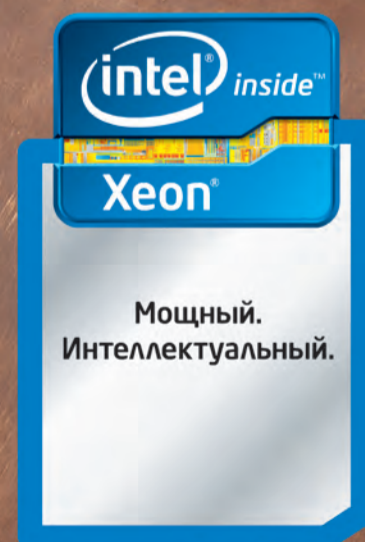
NIAGARA
Российские Суперкомпьютеры

Niagara. Просто, удобно, надежно



Процессор Intel® Xeon® второго поколения на базе 32-нм производственной технологии может автоматически регулировать энергопотребление и точно настраивать производительность сервера в соответствии с потребностями приложений.

Серверы Niagara – мы знаем, как заставить технологии работать на вас.



www.niagara.ru
Ниагара Компьютерс, Москва
Донской 5-й проезд, 15
Телефон: (495) 955-55-50 (многоканальный)

Корпорация Intel не несет ответственность и не осуществляет проверку добросовестности или достоверности каких-либо утверждений или заявлений относительно конкретных компьютерных систем, упоминание о которых содержится в данной рекламе.

Корпорация Intel © 2011 г. Все права защищены. Intel, логотип Intel, Intel Core и Core являются товарными знаками на территории США и других стран. Реклама.

*Другие наименования и товарные знаки являются собственностью своих законных владельцев.

“Мы стараемся следовать тенденциям рынка”

Для хорошо известной на российском рынке Asustek Computer осень 2011 г. оказалась богатой на события — компания вышла в два новых перспективных сегмента ИТ-рынка, представив, в том числе и в нашей стране, свои первые планшеты, а также мобильные ПК новой категории — ультрабуки. В частности, с этими событиями связан и состоявшийся в конце октября визит в Россию вице-президента компании и главы подразделения System Business Group Эрика Чена. С ним побеседовал 1-й заместитель главного редактора PC Week/RE Игорь Лапинский.

PC Week: Три первых квартала 2011 г. позади. Как вы можете прокомментировать результаты Asustek за этот период?

ЭРИК ЧЕН: Если принимать во внимание, как в течение этого срока развивался весь рынок ПК, то наши результаты за первые три квартала года можно считать очень неплохими. И это произошло не случайно. В последние три года мы активно занимались улучшением бизнес-структуры и бизнес-процессов компании, к чему нас подтолкнул кризис, начавшийся в конце 2008 г. Мы скорректировали наши бизнес-процессы и усилили контроль за их исполнением. Это принесло свои плоды. Хотя стоимость ИТ-продуктов на рынке по-



Эрик Чен

стоянно снижается, наша прибыль не уменьшается (в частности, благодаря успешной реализации политики сокращения расходов), и мы удерживаем свою долю рынка.

PC Week: Ранее компания ориентировалась на продукты средней и высшей ценовой категории, но в прошлом году, например, заметно увеличила продажи ноутбуков в Евро-

пе за счет предложения недорогих моделей. Сегодня вы какой стратегии придерживаетесь?

Э. Ч.: Конечно, мы заинтересованы в увеличении продаж в премиум-сегменте и потому фокусируемся прежде всего на продвижении более дорогих продуктов. Но ПК и мобильные устройства уже перешли в разряд массовых продуктов, поэтому мы стараемся следовать тенденциям рынка. Мы хотим иметь свою долю в каждом из его сегментов: верхнем, среднем и нижнем.

PC Week: В июле прошлого года я встречался с президентом вашей компании Джерри Шеном. Уже на тот момент у вас были созданы прототипы планшетов, и казалось, что компания постарается как можно быстрее вывести их на рынок. Но реально планшеты ASUS в России появились только нынешней осенью. С чем связана такая задержка?

Э. Ч.: В данном случае дело не в нас и не в аппаратной части наших устройств, а в операционной системе. Мы зависели от Google, поскольку ждали выхода обновленной версии ее ОС Android 3.0. Поэтому нам пришлось начать с планшета на Windows, который на мировом рынке появился в мае нынешнего года.

PC Week: На данный момент в сегменте смартфонов и планшетов всерьез конкурируют

только две платформы: Google Android и Apple iOS. Тем не менее, как я понимаю, вы будете продолжать поддерживать и Windows. Вы считаете, что у Windows 7 есть реальные перспективы в качестве платформы для планшетов?

Э. Ч.: Здесь мы скорее смотрим на перспективу и связываем ее с ОС Windows 8, которая появится уже в следующем году. Мы уже тестировали предварительную версию этой ОС на своем планшете (должен сказать, что смотрится она очень хорошо), но в любом случае нам придется подождать выхода официальной версии этой ОС. Именно поэтому мы выпустили планшет с Windows 7.

PC Week: Сейчас мы видим, что Apple iPad находит все более широкое применение и в корпоративных структурах, в том числе для создания мобильных рабочих мест топ-менеджеров, хотя изначально он предназначался для потребительского рынка. Как вы считаете, смогут ли Windows-планшеты потеснить iPad в корпоративном сегменте?

Э. Ч.: Сегодня сотрудники многих компаний используют iPad не только в качестве личного устройства, но и в качестве своего рабочего инструмента, а это представляет большой вызов для корпоративных ИТ-служб с точки зрения обеспечения информационной безопасности. Гораздо проще решать вопросы безопасности в уже привычной и адаптированной для корпоративных структур среде

Российский AV-бизнес на взлёте

АЛЕКСАНДР ЧУБУКОВ

На прошедшей в Москве в ноябре международной выставке Integrated Systems Russia 2011 (ISR 2011) компания Polymedia, один из ведущих игроков на отечественном рынке аудиовидеорешений (AV), познакомила общественность с итогами своей деятельности в текущем году, обозначив наиболее перспективные направления развития отрасли.

Генеральный директор компании Polymedia Елена Новикова утверждает, что “хотя в кризисный 2009 г. рынок AV сильно “просел”, в прошлом году он начал восстанавливаться, а в нынешнем растет опережающими темпами, показывая 50%-ный рост, что соответствует росту бизнеса нашей компании, и мы, как ожидается, к концу этого года выйдем по объему бизнеса на уровень 2008-го.”

Одно из значимых достижений компании за последнее время, отметила Елена Новикова, — это подписание договора Polymedia с правительством Республики Татарстан и компанией Smart. По этому договору был открыт учебный центр в регионе и выигран тендер на поставку в него интерактивных досок Smart. Сотрудничество, считает она, продолжится, ибо интерактивные системы — “один из компонентов нашего бизнеса, что совпадает с новым трендом во всем мире”.

Другое направление бизнеса Polymedia — продажи решений ВКС компании LifeSize. Сейчас Россия на четвертом месте по объему продаж продукции LifeSize в EMEA, и Polymedia обеспечила 50% этого объема. На выставке на стенде компании демонстрировалась система ВКС TelePresence фирмы LifeSize.

“Мы видим большие перспективы для продвижения решений ВКС LifeSize в различных секторах образования — вузах и школах, причем они всё более востребованы в регионах. Объем продаж нашей компанией продукции LifeSize вырос в три раза по сравнению с прошлым годом”, — сказала г-жа Новикова.

Одним из новых перспективных продуктов, представленных на ISR 2011, который Polymedia начала осваивать в этом году, стали лазерные фосфоресцирующие дисплеи, на основе принципиально новой технологии LPD (Laser Phosphor Display) компании PRYSM.

“Этот инновационный продукт, энергопотребление которого значительно ниже, чем у традиционных ЖК-дисплеев”, — сказала она, — мы оцениваем как весьма перспективный в нашем бизнесе: он даст нам новых заказчиков, позволит нарастить обороты бизнеса, получить дополнительную прибыль”.

По ее словам, потребляет в два раза меньше электроэнергии, чем ЖК-дисплей такого же формата.

Она также отметила, что новая технология LPD “это не только новая глава в истории систем отображения информации, но и новый источник света”. LPD-дисплеи, выпускаемые компанией PRYSM, экологичны (сделаны из нетоксичных материалов) и имеют невысокую стоимость владения.

Вице-президент и генеральный менеджер PRYSM в EMEA Стив Скорс заявил, что его “компания намерена обеспечить поставки своей продукции в Россию в необходимых объемах и рассматривает в самой ближайшей перспективе на масштабное внедрение LPD-решений на российском AV-рынке”.

В то же время Polymedia, по словам г-жи Новиковой, не собирается отказываться и от продвижения на российском рынке традиционных систем отображения информации, поскольку пока их цена существенно ниже.

Одним из главных направлений своего бизнеса в Polymedia считают развитие системной интеграции. Сейчас AV-индустрия движется от продаж коробочных продуктов к комплексным интеграционным решениям. “Мы поставили перед собой такую амбициозную задачу, чтобы все наши девять региональных представительств умели хорошо реализовывать интеграционные проекты. Для этого мы создали внутренние стандарты компании, ввели обучение менеджеров и специалистов, внедрили систему аттестации для руководителей, менеджеров и инженеров”, — заявила Елена Новикова.

Сегодня, по ее словам, возникла конкуренция за крупные комплексные проекты между компаниями, продвигающими AV-решения, и системными интеграторами. Однако, оценивая это направление как перспективное, в компании рассматривают, что в перспективе основную долю от оборота как в регионах, так и в столице все-таки будут получать от интеграционных проектов. В частности, одним из примеров “можно назвать проект, который был успешно реализован в сжатые сроки в первом полугодии этого года нашим подразделением в компании “ГазпромНефтехимСалават” в Уфе”, — сказала она.

В качестве другого показательного примера она привела законченный в этом году комплексный проект — ситуационный центр (СЦ) губернатора НАО. В нем Polymedia, выступив интегратором, обеспечила в этом году (с привлече-

нием субподрядчиков) весь цикл работ этого масштабного проекта.

Интересный проект мониторинга дорожного движения в столице в этом году был реализован компанией для ГИБДД. В настоящее время он тестируется и находится в стадии запуска.

Силами столичного офиса Polymedia в МГУ были созданы четыре базовых научно-образовательных центра телеконференций, 35 аудиторий оснащены интерактивными и 3D-системами. Причем специализированное ПО с математическим уклоном для интерактивных досок создано в Polymedia. В результате вуз получил централизованные сервисы аудио- и видеокommunikаций с любым удаленным абонентом; записи лекций, их озвучивания, хранения и каталогизации; организации удаленного доступа; совместной работы над документами в удаленном режиме.

Ключевым трендом как на AV-рынке, так и в бизнесе Polymedia, по ее словам, является также предоставление услуг. В Европе услуги на AV-рынке составляют 30% от бизнеса, у Polymedia — 20%.

Другие перспективные направления деятельности компании — это разработка ПО и обучение, в том числе своих сотрудников.

По мнению Елены Новиковой, AV-бизнес подвергся “драматическим изменениям, и, возможно, именно сейчас происходит смена векторов бизнеса. На смену бизнесу систем отображения (дисплейные системы) приходит бизнес, связанный с технологиями коммуникации и коллаборации, интерактивного взаимодействия”. Она полагает, что “облака, облачные сервисы, распределенный контент — это то, что подрывает традиционные представления AV-бизнеса, и то, что дает новые возможности для нас делать бизнес для заказчика: интеграция знаний по системам визуализации, эргономике, освещению с возможностями облачных сервисов и распределенного контента”.

AV



Елена Новикова: “Новый LPD-продукт фирмы PRYSM мы оцениваем как весьма перспективный в нашем бизнесе: он даст нам новых заказчиков, позволит нарастить обороты бизнеса, получить дополнительную прибыль”



Стив Скорс: “Наша компания рассматривает в самой ближайшей перспективе на масштабное внедрение LPD-решений в России”

► Windows, так что, я думаю, у Windows-планшетов хорошие перспективы в корпоративном сегменте.

PC Week: На рынке уже много планшетов разных производителей, но складывается впечатление, что пока сколько-нибудь ослабить позиции Apple в этом сегменте не удастся. А вы как оцениваете такую возможность в перспективе?

Э. Ч.: Я думаю, что в области планшетов произойдет то же самое, что и в сегменте смартфонов. Там долгое время доминировал iPhone, но сейчас его доля снижается, его активно теснят Android-смартфоны. Пройдет немного времени, и ту же тенденцию, не сомневаюсь, мы будем наблюдать в сегменте планшетов.

PC Week: Вы уже анонсировали на рынке ряд своих планшетов, но некоторые из них (семейств Slate и Slider), как заявлено, будут поставляться в Россию в ограниченных количествах. С чем это связано?

Э. Ч.: Эти продукты позиционируются в верхнем ценовом сегменте. Они стоят почти в два раза дороже обычных планшетов и не рассчитаны на массовую аудиторию. Мы адресуем их в первую очередь бизнес-сегменту, например, для использования в качестве мобильных клиентских устройств в медучреждениях. На наш взгляд, там такие устройства будут востребованы. Но в любом случае речь не идет о массовых продажах.

PC Week: Я знаю, что вы сами пользовались планшетом Apple. Но теперь у Asustek есть свои модели. Каким устройством вы предпочитаете пользоваться теперь?

Э. Ч.: Я пользуюсь и iPad, и нашим планшетом и при этом постоянно сравниваю их друг с другом, чтобы оценить их плюсы и минусы. А потом делюсь своим мнением с нашими инженерами. Могу сказать, что принципиальных различий в этих устройствах становится все меньше и меньше.

PC Week: Не знаю, как другие, но я с интересом ожидаю появления в продаже ультрабуков. Asustek выходит на этот рынок в числе первых. Как вы позиционируете свои ультрабуки?

Э. Ч.: Как мне кажется, покупатели пока не очень понимают, в чем разница между ультрабуками и нетбуками. Поэтому должен сказать, что с нашей точки зрения, это не конкурирующие продукты. Мы относим ультрабуки к ноутбукам, поскольку они имеют существенно более высокую по сравнению с нетбуками производительность благодаря современным процессорам с пониженным уровнем питания. Вместе с тем ультрабуки имеют ряд ключевых особенностей. Принципиально важная из них — малое время перехода в рабочий режим (instant on). В этом смысле они подобны смартфонам или планшетам. Эксклюзивная система управления энергопотреблением Super Hybrid Engine II, реализованная в наших ультрабуках, позволяет экономить заряд аккумулятора, тем самым увеличивая время автономной работы от батареи до 25%. В спящем режиме наши ультрабуки способны продержаться до двух недель без подзарядки, а в рабочем режиме до 5 или 7 ч в зависимости от конфигурации. И, конечно, это очень компактные устройства.

PC Week: Лично для меня время автономной работы — это критически важный параметр. Видите ли вы реальные перспективы существенного его улучшения?

Э. Ч.: Пока наиболее очевидный путь увеличения срока автономной работы мобильных устройств заключается в снижении их энергопотребления. Это большой вызов для всех производителей. И каждый старается найти свое решение. У нас тоже есть своя технология, о которой я уже упоминал выше.

PC Week: Как вы считаете, появление ультрабуков на рынке не повлияет на продажи нетбуков? Ведь многие покупали нетбуки не только из-за невысокой цены, но и в силу их компактности. Теперь же у тех, кто хочет иметь компактное устройство, появляется альтернатива.

Э. Ч.: Нет, мы считаем, что ультрабуки никак не повлияют на рынок нетбуков. Как правило, нетбуки выполняют роль второго компьютерного устройства пользователя. А ультрабук будет приобретаться как основное. Я, например, по возвращении на Тайвань хочу поменять свой основной рабочий ноутбук как раз на ультрабук.

PC Week: Но и раньше производители предлагали тонкие и легкие модели ноутбуков. Тогда ультрабуки, надо полагать, займут их место.

Э. Ч.: Совершенно верно. Но этот процесс займет некоторое время, поскольку между тонкими и легкими ноутбуками и ультрабуками все же существуют некоторые различия по характеристикам, дизайну и цене.

PC Week: Asustek предпринимает активные шаги по завоеванию потребительского сегмента ноутбуков, о чем, в частности, свидетельствует недавно анонсированная кампания «В поисках невероятного», реализуемая по всему миру. А каковы ваши планы в отношении корпоративного сегмента? Год назад вы заявляли о том, что намерены сделать акцент именно на корпоративных заказчиках.

Э. Ч.: Безусловно, этот сегмент для нас не менее важен, чем потребительский. Но методы работы в этих сегментах различны. Могу лишь заверить, что мы выделяем значительные ресурсы для укрепления наших позиций в среде корпоративных заказчиков.

PC Week: Как соотносятся на сегодняшний день ваши продажи в потребительском и корпоративном сегментах в России?

Э. Ч.: Тут все зависит от того, как считать. К какому сегменту, например, отнести продажи СМБ? Если же говорить именно о крупных предприятиях, то их доля в наших продажах сегодня составляет порядка 10%, и мы считаем, что этот показатель нужно увеличивать.

PC Week: Ранее в одном из интервью вы отмечали, что пользователи уже не хотят иметь на все случаи одно универсальное устройство и предпочитают в зависимости от ситуации пользоваться разными более специализированными устройствами. Эта тенденция, по-вашему, сохранится на ближайшее будущее?

Э. Ч.: Да, для разных сценариев использования люди предпочитают разные устройства. Хотя, конечно, их становится все больше и больше, и это тоже не очень удобно — я, скажем, уже не беру с собой в поездки фотокамеру, а пользуюсь встроенной в другие устройства. Именно поэтому мы, например, готовим к выпуску комбинированный продукт Padfone, представляющий собой планшет в комплекте со смартфоном. Но мы не ожидаем, что такой комбинированный продукт будет востребован широко, и адресуем его вполне определенной группе пользователей.

PC Week: Какие задачи для вашего российского офиса будут приоритетными в следующем году?

Э. Ч.: Сейчас нам важно расширить наше присутствие в регионах и продолжать развивать каналы продаж. При этом мы не отдаем однозначного предпочтения ни традиционному компьютерному каналу, ни розничным сетям. Для нас они одинаково важны. Кроме того, мы постараемся более тесно сотрудничать с нашими партнерами, чтобы лучше понимать потребности заказчиков.

PC Week: Спасибо за беседу.

ATC

Panasonic
ideas for life

IP-ATC Panasonic

Растет вместе с бизнесом

IP-ATC Panasonic серии NCP – надежное и гибкое решение на базе IP-технологий. Благодаря IP-ATC Panasonic Вы получаете возможность подключения различных телефонных терминалов: системных IP и цифровых телефонов, SIP-телефонов, DECT-терминалов, а также обычных аналоговых аппаратов. Вы можете объединить в сеть с единым номерным планом свыше 100 IP-ATC серии KX-NCP. Создание новых рабочих мест станет проще и удобнее.

IP-ATC растет вместе с Вашим бизнесом.



IP-ATC серии KX-NCP

Системный IP-телефон
KX-NT400Решения
для офиса

www.panasonic.ru

Информационный Центр Panasonic: для Москвы (495) 725-05-65, для регионов РФ 8-800-200-21-00 (звонок бесплатный)
На правах рекламы ООО «Панасоник Рус» - уполномоченного представителя компании Panasonic Corporation Ltd. на территории России

Asus представляет Android-планшет на Tegra

ЭРИК БРАУН

В середине октября Asus назвала Eee Pad Transformer Prime преемником своего планшета Eee Pad Transformer с Android 3.x (Honeycomb). Тогда Asus сообщила мало подробностей, за исключением одной важной новости: в Transformer Prime будет использоваться четырехъядерная система на кристалле (system on chip, SoC) Nvidia Tegra 3.

SoC Tegra 3 с забавным условным обозначением Kal-El официально была представлена 9 ноября, став первой четырехъядерной системой архитектуры ARM. У нее не только четыре ядра ARM Cortex-A9, каждое из которых имеет частоту 1—1,3 ГГц (на частоте 1,3 ГГц она работает в Transformer Prime), но имеется и вспомогательное ядро для выполнения задач в фоновом режиме.

Пятое ядро, частота которого доходит до 500 МГц, было создано по технологии низкого энергопотребления, позволяющей выполнять задачи при низкой частоте. Это будто бы снижает расход заряда батареи в режиме «активной готовности» (active standby), при воспроизведении музыки и даже видео.

Кроме того, в составе Tegra 3 имеется 12-ядерный графический процессор (graphics processing unit, GPU) Nvidia GeForce, обеспечивающий разрешение экрана 1440p (2560×1440 точек) и трехмерный стереозвук. Для интеллектуального управления нагрузкой SoC использует технологию варьирующейся симметричной многопроцессорной обработки (variable symmetric multiprocessing, vSMP), сообщает Nvidia.

Ранее Nvidia уже представила все данные о Tegra 3, а теперь добавила к ним сведения о производительности и видеоролик, демонстрирующий эффект пятого ядра в компьютерных играх и при просмотре видео. В целом SoC в пять раз быстрее чем Tegra 2, вчетверо быстрее при веб-серфинге и втрое — при обработке графики, утверждает Nvidia.

Asus заявляет, что Transformer Prime действительно является первым планшетом с процессором Tegra 3. Однако ожи-

дается, что в ближайшие недели ZTE анонсирует планшет T98 с Android 3.2, 7-дюймовым экраном и Tegra 3.

Судя по всему, Transformer Prime появится раньше. Asus публично не объявляла о дате его поступления в продажу, но по данным из нескольких источников, включая сайт AndroidPolice, Transformer Prime выйдет в начале декабря с Android 3.2, а потом при первой возможности ОС будет обновлена до Android 4.0.

По информации Asus, Transformer Prime будет продаваться за 499 долл. с 32 Гб памяти или за 599 долл. с 64 Гб.

В эту цену не входит мобильная док-станция с клавиатурой ценой 149 долл., которую, как и у оригинального Transformer, можно прикрепить к планшету, создав конвертируемый нетбук с сенсорным экраном.

Transformer на базе Tegra 2 получил более позитивные отзывы, чем другие планшеты с Honeycomb, но разделяет

многие недостатки своих собратьев. Иными словами, масса, толщина и продолжительность работы от батареи оставляли желать лучшего.

Asus решила все три проблемы. Eee Pad Transformer Prime имеет толщину 8,3 мм, его масса без клавиатуры — 586 г. Для сравнения отметим, что у лидера отрасли Samsung Galaxy Tab 10.1 эти показатели составляют 8,6 мм и 595 г, т. е. практически такие же.

Оба эти планшета лишь немногим тоньше недавно анонсированного Motorola Xoom 2 (8,8 мм), который весит 599 г. Согласно статье на сайте AndroidPolice, не говоря уже о представленных корпорацией Asus фотографиях, док-станция с клавиатурой для Prime также стала более тонкой.

Заряда батареи хватает на 12—18 ч

Примененные в Tegra 3 способы управления энергопотреблением позволили Asus увеличить продолжительность работы от батареи до 12 ч, утверждает компания. При подключении к док-станции, у которой имеется собственная батарея, планшет может работать 18 ч. Компания заявляет, что для выпускаемых сейчас планшетов это является рекордом.

Это серое (аметистовое) или желтое (цвета шампанского) покрытое алюминием устройство имеет 10,1-дюймовый дисплей с разрешением 1280×800 точек и углом обзора 178°, выполненный из прочного стекла Corning Gorilla Glass. Дисплей создан по технологии SuperIPS+, которая увеличивает яркость экрана, что делает его более легко читаемым вне помещения.

Transformer Prime оснащен 1 Гб ОЗУ и внутренней постоянной памятью на 32 или 64 Гб, сообщает Asus. При использовании слота microSD общий объем хранения достигает 96 Гб.

Из портов названы micro-HDMI и комбинированное аудиогнездо диаметром 3,5 мм. Док-станция с клавиатурой имеет порт USB и слот для карт SD, сообщает компания, хотя не ясно, являются ли эти порты полноразмерными. По данным сайта CNET, Transformer Prime оснащен также микросхемами для работы в сетях Wi-Fi 802.11 b/g/n и Bluetooth 2.1+EDR, гироскопом и приемником GPS.

Transformer Prime имеет также обращенную к пользователю 1,2-мегапиксельную веб-камеру и 8-мегапиксельную на задней крышке (это является усовершенствованием по сравнению с 5-мегапиксельной в оригинальном Transformer). 8-мегапиксельная камера с автофокусом обеспечивает запись видео стандарта 1080p, LED-вспышку и большую апертуру F2.4, сообщает Asus.

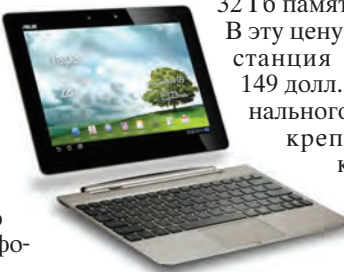
Другая камера имеет CMOS-сенсор с фоновой подсветкой. Глубина резкости регулируется прикосновением. Предусмотрена компенсация слабого освещения. Asus реализовала также свою аудио-технология SonicMaster, которая якобы обеспечивает «кристально чистый звук в широком диапазоне, повышенную точность воспроизведения и заметное улучшение звучания голоса».

Среди предустановленного ПО имеется приложение SuperNote для написания заметок или записи голоса, а также официальный пакет Polaris Office, сообщает Asus. Обеспечен также доступ в онлайн-магазин Android Market.

В сентябре Asus приступила к поставкам близкого родственника Transformer — планшета Eee Pad Slider, у которого клавиатура является не опциональной, а интегрированной выдвижной. Slider работает под управлением Android 3.2, имеет процессор Nvidia Tegra 2 с частотой 1 ГГц, 1 Гб ОЗУ, 16 Гб флэш-памяти, 10,1-дюймовый дисплей и две видекамеры. В США с 16 Гб памяти он стоит 479 долл., с 32 Гб — 579 долл.

Доступность

Eee Pad Transformer Prime будет продаваться за 499 долл. с 32 Гб памяти и за 599 долл. с 64 Гб, сообщает Asus. Опциональная мобильная док-станция с клавиатурой стоит 149 долл. Сроки поставки ожидаются к декабрю, к рождественским праздникам.



Asus Eee Pad Transformer Prime с открепленной клавиатурой

ВКРАТЦЕ

HP выпускает ультрабук

В мае Intel ввела термин «ультрабук» (ultrabook), которым обозначила ноутбуки толщиной менее 2 см, оснащенные процессорами Core, быстро загружаемые с твердотельного диска (SSD) и имеющие цену менее 1 тыс. долл. За минувшее время свои модели ультрабуков выпустили Acer, Asus, Lenovo и Toshiba, но HP оставалась в стороне.

Теперь же, согласно записи в блоге Richie's Room от 16 ноября, в конце года HP намерена вступить в конкурентную борьбу. Джамхур сообщает о ее будущем ультрабуке (и публикует снимки), в названии которого



HP Pavilion dm3 Folio

будут, вероятно, объединены два бренда — Pavilion dm3 и Folio.

Устройство весит менее 1,5 кг и имеет размеры 32×22×1,8 см, пишет он. В клавиатуре есть подсветка, нижняя и боковые части устройства покрыты резиной, что позволяет надёжно держать его в руках, а петли крепления экрана выглядят прочными, отмечается в блоге.

По данным Джамхура, у ультрабука глянцевый экран с диагональю 13,3 дюйма и разрешением 1366×768 точек. С левой стороны находятся порты Gigabit Ethernet и USB 2.0, выход HDMI и слот для карт памяти, а с правой — комбинированное гнездо для наушников и микрофона и порт USB 3.0.

Джонатан Энджел

Новейшие технологии ноутбуков Samsung Serie 7 Chronos

ВЛАДИМИР МИТИН

В нашей стране начались продажи ноутбуков Samsung серии 7 Chronos. Они относятся к устройствам премиум-класса, снабжены процессором Intel Core i5 2430M и имеют матовый дисплей с антибликовым покрытием SuperBright с разрешением 1690×900 пикселей, яркостью 300 кд/м² и диагональю 14,0 (модель 700Z3A) или 15,6 (модель 700Z5A) дюйма.

Важно отметить, что модель с 14-дюймовым экраном сопоставима по массе (1,95 кг) и габаритам (325×226×23,7 мм) с обычными 13,3-дюймовыми ноутбуками, а модель с 15,6-дюймовым экраном (2,29 кг, 362,1×238×23,9 мм) — с обычными 14-дюймовыми ноутбуками. Разработчики утверждают, что применяемая в этих устройствах технология ExpressCache, использующая 8 Гб флэш-памяти на SSD-накопителе, позволяет значительно ускорить загрузку данных, а также повысить общую производительность системы. В частности, Internet Explorer запускается в два раза быстрее, а загрузка всей системы занимает в полтора раза меньше времени, чем обычно.

Высокую производительность ноутбуков дополняет увеличенное время их работы от батарей: до 9 ч от одной зарядки (на основе теста MobileMark). При этом в модели 700Z3A используется 8-ячеечный аккумулятор на 65 Вт·ч, а в модели 700Z5A — 8-ячеечный на 80 Вт·ч. По оценкам разработчиков, используемая в этих новинках технология интеллектуальной зарядки Battery Life Plus сохраня-



Ноутбук Samsung 7 Chronos 700Z3A

ет 80% емкости батареи даже после 1500 циклов заряда. С практической точки зрения увеличенное время работы

от батарей означает более 5 ч просмотра Full HD видео на одной зарядке.

Ещё одна отличительная особенность новинок — большой (10,7×7,7 см) тачпад, распознающий, по словам старшего технического специалиста Samsung Electronics Rus Олега Артамонова, более двух десятков жестов и обеспечивающий эмуляцию левой и правой кнопок мыши. Обе новинки используют полноразмерную клавиатуру, встроенную веб-камеру с разрешением 1,3 мегапикселя, оптический привод с щелевой загрузкой диска, беспроводные интерфейсы Wi-Fi (802.11 b/g/n) и Bluetooth 3.0 High Speed. Среди проводных интерфейсов у них имеются RJ45 (Ethernet), USB 3.0 (два разъема), USB 2.0 (один разъем), HDMI, микрофонный вход и выход на наушники. Также имеются картридлер «4-в-1» (SD, SDHC, SDXC, MMC), сабвуфер (2 Вт) и сателлиты (2×2 Вт).

Кроме диагонали экрана различие между моделями 7-й серии заключается в емкости жесткого диска (750 Гб в модели 700Z3A и 500 Гб в модели 700Z5A), объеме оперативной памяти (соответственно 4 и 6 Гб), типе видеокарты (AMD Radeon HD 6490M и AMD Radeon HD

6750M) и клавиатуре (в модели 700Z5A имеется отдельный цифровой блок). Обратите внимание: 14-дюймовая модель Chronos 7 комплектуется 750-Гб диском, а 15,6-дюймовая — 500-Гб. Почему не наоборот? Вот как на этот вопрос отвечает Олег Артамонов: «Для уравнивания стоимости маркетологи решили, что получится красиво, если обе модели будут стоить одинаково с точностью до копейки».

«После успеха ультракомпактных ноутбуков 9-й серии мы расширяем линейку ноутбуков премиум-класса, — говорит старший вице-президент подразделения IT Business Solutions компании Samsung Electronics Кьюхо Ум (Kyuhoo Uhm). — В ноутбуках 7-й серии мы применили новейшие разработки в области дизайна и технологий. Наша цель заключается в создании ноутбуков, которые будут помогать потребителю как в работе, так и на досуге и при этом останутся максимально компактными, чтобы их всегда можно было брать с собой».

Пользователям ноутбуков Samsung 7 Chronos (по цене от 40 тыс. руб.) обещан VIP-сервис: круглосуточные консультации специалистов по телефону и ремонт за 48 ч с момента обращения.

Новые документ-сканеры Canon

ВЛАДИМИР МИТИН

Документные сканеры (они же — док-податчиком листов-оригиналов) — один из самых быстрорастущих сегментов ИТ-рынка. Их продажи не сильно сократились даже в кризис. Эксперты

ПЕРИФЕРИЙНЫЕ УСТРОЙСТВА аналитического агентства InfoSource полагают, что в 2011 г. в странах Европы и Ближнего Востока будет продано свыше 400 тыс. документ-сканеров. Причем в штучном выражении львиная доля этих устройств придется на персональные сканеры (обеспечивающие ввод данных со скоростью до 20 листов в минуту), а также сканеры для рабочих групп (до 25 листов в минуту) и отделов (до 60 листов в минуту).



Шон Суематсу «Основные требования к документ-сканерам — надежность, компактность и высокая скорость работы»

По оценкам InfoSource, в 2011—2015 гг. в регионе Европа/Ближний Восток совокупный среднегодовой темп роста (CAGR) документ-сканеров составит 13%. При этом всех быстрее (в натуральном выражении) будут расти продажи персональных документ-сканеров (17% в год). Динамика продаж сканеров для рабочих групп (11%) и отделов (12%) также впечатляет. Для сравнения: в период с 2007—2011 гг., по оценкам InfoSource, совокупный среднегодовой темп роста продаж документ-сканеров составлял лишь 8,5%.

Что же касается российского рынка, то здесь, по оценкам ITRResearch, динамика продаж документ-сканеров ещё выше: 2009 г. — 16 тыс. шт., 2010 г. — 29 тыс., 2011 г. — 40 тыс. шт. (прогноз). Хорошая динамика продаж документ-сканеров (как в мире, так и в России) легко объяснима и обусловлена ростом популярности систем электронного документооборота.

Совершенствование документ-сканеров идет по пути как увеличения их «скорострельности» (при той же стоимости), так и уменьшения их габаритов (при той же производительности). В ноябре компания Canon Europe продемонстрировала новые скоростные документные сканеры линейки imageFORMULA: DR-C125 (первый на рынке настольный документный сканер с вертикальным трактом подачи документов для удобства сканирования и экономии рабочего пространства), DR-M140 (компактная и универсальная модель с возможностью выбора тракта подачи бумаги) и DR-M160 (самая мощная в своей линейке модель компактных настольных документных сканеров). Эти достаточно разные по внешнему виду устройства обеспечивают сканирование цветных и монохромных бумажных документов и преобразование их в электронные документы форматов PDF, TIFF, JPEG, BMP и PowerPoint со скоростью до 25, 40 и 60 листов в минуту соответственно и с разрешением до 300 точек на дюйм. При этом обе стороны листа, проходящего через тракт данных устройств, сканируются одновременно.

Ультеракомпактный документ-сканер DR-C125 (рекомендуемый объем сканирования 1500 операций в день) имеет массу 2,6 кг и габариты 300×156×217 мм.

Он предназначен для установки в небольших офисах и имеет два тракта подачи бумаги: J-образный вертикальный (для листов плотностью от 52 до 128 г/м²) и прямой (для листов плотностью до 209 г/м²). Его устройство автоматической подачи документов рассчитано на 30 листов плотностью 80 г/м².

Шон Суематсу (Sean Suematsu), руководитель европейского отдела решений для сканирования документов компании Canon Europe, сказал: «Мы хотели создать сканер с инновационной конструкцией, занимающий минимум места при сканировании. Вертикальный тракт подачи документов в imageFORMULA DR-C125 позволяет оставить свободным то место на рабочем столе, которое обычно занимают традиционные настольные сканеры».

Сканер для рабочих групп DR-M140 (рекомендуемый объем сканирования 6000 операций в день) имеет прямой (для листов плотностью до 255 г/м²) и U-образный (для листов плотностью до 128 г/м²) тракты подачи бумаги. Его масса 2,6 кг, габариты (с открытым лотком для подачи документов) 313×288×93 мм. Устройство автоматической подачи документов DR-M140 рассчитано на 50 листов плотностью 80 г/м². Прямой тракт подачи «входных материалов» позволяет сканировать карточки толщиной до 1,4 мм и документы длиной до 3 м. Устройство DR-M140 поставляется в комплекте с ПО для пакетного сканирования: CaptureOnTouch, CapturePerfect, eCopy PDF Pro Office и Kofax VRS. «В основе сканера DR-M140 лежит популярная модель DR-2580C», — заметил Шон Суематсу.

Высокопроизводительный документ-сканер DR-M160 (рекомендуемый объем сканирования 7000 операций в день) имеет тракт подачи листов плотностью до 209 г/м². Его масса 3,2 кг, габариты (с открытым лотком для подачи документов) 280×606×366 мм. Устройство автоматической подачи документов DR-M160 рассчитано на 60 листов плотностью 80 г/м².

Все три новинки Canon Europe имеют функцию ультразвукового обнаружения двойной подачи, позволяющую автоматически распознавать одновременное попадание в сканер нескольких листов, помогая защитить пользователя от потерь важной информации. Кроме того, в процессе сканирования в автоматическом режиме определяются оптимальные значения ключевых параметров документа, включая ориентацию текста, определение размера страницы, цвет, разрешение и пропуск пустых страниц. Это экономит время и усилия пользователя, а также позволяет быстро сканировать документы при минимальном количестве операций.

А ещё новые документ-сканеры Canon формата A4 производят автоматическое определение формата входных документов, их выравнивание, коррекцию трехмерного цветового пространства, коррекцию затенения, допускают режим сканирования сложного вдвое листа формата A3 и выполняют многие другие функции, повышающие производительность труда их пользователей. Все описанные выше устройства работают под управлением Windows и Mac OS. Благодаря программе CaptureOnTouch, входящей в комплект их поставки, отсканированные документы и изображения можно напрямую отправлять в наиболее распространённые приложения, предназначенные для совместной работы и управления данными.

Документ-сканеры — не главное направление деятельности Canon. В то же время компания входит в первую тройку лидеров этого сегмента ИТ-рынка и стремительно наращивает в нем свою долю. Так, по оценкам InfoSource, в Восточной Европе за последние четыре года эта доля увеличилась с 13 до 27%. □



htc
quietly brilliant™

Почувствуй ритм

Представляем новый смартфон HTC Sensation XE с Beats Audio™ с наушниками urBeats™ от компании Beats™ by Dr. Dre. Плюс двухъядерный процессор – и в твоём распоряжении максимальные возможности многозадачности, когда-либо доступные в смартфоне.

Создан потрясать разум и душу.

HTC Sensation™ XE

c beatsaudio.



Компания «Марвел» приглашает к сотрудничеству оптовые компании, розничные сети и интернет-магазины!

MARVEL
дистрибуция

www.marvel.ru

Москва (495) 745-8008

Санкт-Петербург (812) 326-3232

DatacenterDynamics Moscow: актуальные аспекты рынка ЦОДов

ВАЛЕРИЙ ВАСИЛЬЕВ

В России, как следует из высказываний участников третьей конференции DatacenterDynamics Moscow, спрос на ЦОДы и их услуги остается насыщенным, несмотря на рост предложений в этой области. Рынок ЦОДов сегодня, по словам директора департамента консалтинга и клиентских проектов APC by Schneider Electric в России и странах СНГ Олега Письменского, привлекателен не только для ИТ-игроков, но и для инвесторов, оценивающих вложения в создание ЦОДов как выгодные, что подтверждало участие в конференции представителей некоторых из них.

КОНФЕРЕНЦИИ

Главным направлением развития ИТ на ближайшие пять лет, в которое полностью вписывается активизация строительства ЦОДов, остается централизация ИТ-ресурсов. С этим согласны 75% ИТ-руководителей разных стран, принявших участие в международном исследовании корпорации IBM.

Модернизация ЦОДов

Несмотря на, казалось бы, множество предложений в области строительства и эксплуатации ЦОДов со стороны разработчиков, эксперты из IBM нынешнюю инфраструктуру ЦОДов в массе своей считают дорогой, неэффективной и негибкой. Такое положение дел могут объяснить данные исследований компании Gartner, согласно которым в действующих на протяжении уже нескольких лет сложных экономических условиях основная часть предприятий сокращает затраты на развитие ИТ-инфраструктуры, предпочитая не вкладываться в строительство новых ЦОДов, а эксплуатировать имеющиеся, только по необходимости модернизируя их. При этом модернизация сосредоточена на самом необходимом и преследует цели сокращения затрат на эксплуатацию этих объектов.

ИТ-инфраструктура ЦОДов следующего поколения

Столкнуть ИТ-потребителей с позиций жесткого прагматичного консерватизма настойчиво пытаются разработчики и поставщики так называемого следующего поколения продуктов для ЦОДов. По словам специалиста по продажам систем хранения компании Dell Михаила Карпекова,

эти продукты рассчитаны на использование облаков, что подразумевает изначально встроенность в них виртуализации (а не ее поддержку наложенными средствами), гибкость и масштабируемость при эксплуатации.

Стимулировать переход на эти продукты помогают построенные на их основе решения, обеспечивающие постепенную, без простоев и отключений, миграцию с устаревших систем на новые. Увеличенный до десяти лет жизненный цикл продуктов следующего поколения по сравнению с тремя-пятью годами у наследуемых тоже способствует этому, обеспечивая защиту вложений и снижая совокупную стоимость владения.

Согласно данным Gartner, до 50% экономии в ЦОДе обеспечивает технология виртуализации. Для нынешних ЦОДов виртуализация ИТ-ресурсов — первый и далеко не всеми пока еще сделанный шаг. Дополнительную экономию, как обещают эксперты в области строительства и эксплуатации ЦОДов, можно получить за счет оптимизации систем охлаждения и электроснабжения, использования источников бесперебойного питания с более высоким КПД, затачивания работы ЦОДа на предоставление услуг по требованию.

Консолидация и интеграция ИТ

Консолидация и интеграция ИТ-компонентов, включая сетевую и серверную структуру, системы хранения данных, рассматриваются пользователями как способ повышения эффективности ИТ в процессе удовлетворения постоянно меняющихся потребностей бизнеса. Эта направленность развития ИТ заставляет ведущих ИТ-вендоров перестраивать свои стратегии развития так, что они из специализированных разработчиков ИТ-компонентов превращаются в поставщиков инфраструктурных комплексов.

В качестве примера можно упомянуть компанию Dell, которая путем стратегических приобретений и благодаря результатам собственных НИОКР стремится стать полнофункциональным поставщиком решений для ИТ-инфраструктуры ЦОДов, сосредоточив в своих руках необходимую для этого интеллектуальную собственность, включающую стадию научных исследований и разработок, чтобы, как заявляют ее представители, предоставлять ком-

плексные решения, образующие костяк ИТ-инфраструктуры ЦОДа: серверную часть, сетевое оборудование, системы хранения данных и клиентские устройства.

Рынок ЦОДов существенным образом влияет на изменения в позиционировании бизнеса и выборе партнеров ИТ-вендорами. Открытость благодаря следованию отраслевым стандартам в предложениях одних ИТ-вендоров, ориентированных на комплексные решения для ЦОДов, соседствует с проприетарными подходами и созданием вокруг них альянсов у других. Вчерашние партнеры по бизнесу сегодня вступают в конкурентную конфронтацию, и наоборот — образуются новые союзы между вчерашними конкурентами. У тех и других походов есть свои сильные и слабые стороны. Каждый из них претендует на полноту решения задач потребителей. Однако очевидного лидерства среди вендоров в области ЦОДов, особенно с учетом наследуемых инфраструктур, еще не сложилось — здесь идет упорная борьба за клиентов.

Управление инфраструктурой ЦОДа

Аналитики утверждают, что как во всем мире, так и в России основная масса современных ИТ-потребителей сосредоточилась на покупке современных инфраструктурных инженерных решений. В то же время в расходах на ИТ большую долю составляют затраты на управление. Так, согласно данным компании Emerson Network Power, администрирование сервера в течение его жизненного цикла обходится в семь раз дороже, чем само устройство при покупке. Утверждается, что к 2014 г. до 60% компаний переключится на оптимизацию управления ИТ-ресурсами, поскольку как раз к этому времени повсеместно и ощутимо вырастут затраты на обслуживание тех ИТ-продуктов, которые приобретаются сегодня. Поэтому задачи оптимизации управления ЦОДами сулят, по оценкам специалистов Emerson Network Power, наибольшую экономию при его эксплуатации.

Как отметил инженер компании Emerson Network Power Андрей Ивашов, почти половина ЦОДов сейчас эксплуатируется по так называемой реактивной модели управления: в них отсутствует документирование работы администраторов, не анализируются причины отказов приложений, реагирование на отказы

базируется только на квалификации обслуживающих специалистов, и только в 5% ЦОДов по всему миру используется сервисно-ориентированный подход, когда работа ЦОДа изначально подчинена бизнес-задачам владельца.

Уже сегодня актуальны инструменты сбора данных, мониторинга доступа к оборудованию, анализа состояния приложений, серверов, инженерного оборудования и прочих компонентов ЦОДа, автоматизированные системы, выдающие оперативные рекомендации по принятию решений для поддержки хозяйства ЦОДа в рабочем состоянии. При этом управление инструментами мониторинга и системами анализа должно быть построено на единой платформе, с одной точкой входа для администрирования и разнообразными точками подключения оборудования. По данным IBM, ее модель эксплуатации ЦОДа, построенная на аналитической стратегии, позволяет снизить операционные затраты в ЦОДе на 50%.

Emerson объявила о выпуске в начале следующего года платформы, которая будет работать с ИТ-инфраструктурой — серверами, сетью, системами хранения данных — и с системами управления инженерной инфраструктурой ЦОДа (мониторинг состояния окружающей среды, системы охлаждения, электропитания, физического доступа, пожаротушения). Обещается, что построенные на этой платформе системы будут прогнозировать взаимовлияние изменений в ИТ и в инженерной части ЦОДа, а масштабируемость платформы позволит развертывать ее в ЦОДах, рассчитанных как на десятки, так и на тысячи стоек для оборудования.

Корпорация IBM предлагает для построения ЦОДов модульный подход, считая его наиболее оправданным — обеспечивающим гибкое масштабирование (от малых ЦОДов до зон высокой вычислительной плотности) и снижение общей стоимости владения на величину до 20%.

Стратегическим же направлением развития ИКТ- и инженерной инфраструктур ЦОДов в настоящее время следует признать их все большую ориентацию на предоставление ИТ-услуг по требованию. Именно в реализации этой стратегии следует ожидать наиболее весомых достижений в повышении эффективности ЦОДов. ■

Аватар на службе бизнеса

ПЕТР ЧАЧИН

Компания Avaya представила в Москве корпоративную платформу для взаимодействия рабочих групп web.alive. Она позволяет создать оригинальную игровую интернет-среду, функционально более продвинутую, чем аудиоконференцсвязь, но при этом менее затратную, чем видеоконференцсвязь (ВКС).

Avaya web.alive обеспечивает взаимодействие корпоративных пользователей в виртуальной среде. Она представляет собой подключаемый к браузеру модуль, который интегрируется с существующей корпоративной сетью, системой безопасности и бизнес-приложениями. В Avaya утверждают, что данная платформа открывает новые возможности для общения, обучения и коммерции, но без ограничений, свойственных традиционной голосовой телефонии и широкополосным коммуникациям.

Это решение позволяет собирать людей для совместной работы в виртуальном пространстве, созданном с помощью трехмерной графики и объемного звука. Участники могут свободно общаться друг с

другом в рамках одной сессии, при этом имея полный доступ ко всем материалам. Использование решения web.alive среди сотрудников обеспечивает эффект персонализированного присутствия и устраняет барьеры, связанные с необходимостью деловых поездок.

Web.alive эксплуатирует игровой инстинкт участников встречи. Количество пользователей игр сегодня исчисляется многими миллионами и геймерские навыки здесь вполне пригодятся: раскладка клавиатуры совпадает с динамическими играми и особых дополнительных инструкций участникам делового шоу не требуется.

Игровая среда дает возможность раскрепоститься даже самому затюканному офисному клерку: он выбирает для себя вымышленный образ — от костюма арабского шейха до “прикида” современного западного хиппи — и может неплохо оттянуться во время занятий. Благо начальство тоже не прочь подучиться “под прикрытием”, когда нет пристального присмотра “сверху”.

При всем этом интуитивность и удобство пользования вполне сочетаются с вы-

сокой степенью защищенности и конфиденциальностью процесса, а также с возможностями интеграции с существующими веб-приложениями и техническими средствами реального времени, включая ВКС.

“Многие компании сегодня стараются минимизировать операционные затраты, упростить внутреннее взаимодействие и общение с заказчиками, осуществляя его через Интернет”, — отмечает Георгий Санадзе, технический директор компании Avaya в России и СНГ.

Получается, что web.alive не отменяет ни Telepresence, ни аудиосовещаний, ни реальных продаж. Это скорее промежуточный и подготовительный этап, ведущий к официальным переговорам. Но он способен снизить число обращений в контакт-центры, уменьшить стоимость индивидуальной поддержки и укрепить отношения с заказчиками благодаря привлечению их к решению проблем с продукцией.

Не стоит обольщаться относительно стоимости продукта: web.alive не такая уж дешевая “игрушка” — цены на поставку ПО лежат в диапазоне от де-

сятка до ста тысяч долларов. То есть она на данном этапе будет, скорее всего, “не по зубам” для российского малого бизнеса, но вполне годится для крупных и средних компаний. Будет ли web.alive представлять собой новый этап в развитии конференц-связи, интернет-продаж и дистанционного обучения, пока прогнозировать трудно. Но зря Avaya довольно решительный.

Стоит отметить, что продукт этот все же не совсем новый — он пришел к Avaya от компании Nortel, подразделение NES, которую она года полтора назад купила на корню. Да и в Москве web.alive показывается по большому счету не впервые: кто внимательно знакомился с экспозицией выставки “Связь-Экспокомм-2011” в мае нынеш-

него года, тот вполне мог увидеть там этот продукт на стенде Avaya. Правда, никто из наших заказчиков в тот момент не решился на покупку. Но за прошедшие полгода ситуация могла измениться к лучшему, и аватар-шоу от Avaya теперь вполне может заинтересовать нашу бизнес-среду. ■



Георгий Санадзе: “Использование web.alive способствует налаживанию и укреплению отношений с клиентами компании, увеличению числа дистанционно работающих сотрудников и оптимизации коммуникационных процессов между сотрудниками и бизнес-партнерами”

Новые стационарные проекторы JVC

ВЛАДИМИР МИТИН

В декабре в нашей стране начнутся продажи новой линейки стационарных проекторов JVC. В нее входят три модели (DLA-X30, DLA-X70R, DLA-X90R), которые имеют одинаковые габариты (455×179×472 мм), но отличаются техническими характеристиками.

ПРОЕКТОРЫ

Ориентировочная цена младшей модели новой линейки (DLA-X30) составляет 199 тыс. руб. За эти деньги потребителю предлагается устройство, выполненное на базе фирменной технологии Digest Drive Image Light Amplifier (D-ILA), которую JVC шлифует уже около 20 лет, и обеспечивающее формирование 2D-картинки с разрешением 1920×1080 пикселей, натуральной контрастностью 50 000:1 и яркостью 1300 лм.

Более дорогое устройство нового модельного ряда проекторов JVC (DLA-X70R, 469 тыс. руб.) формирует 2D-картинку с разрешением 3840×2160 пикселей, натуральной контрастностью 80 000:1 и яркостью 1200 лм. Ещё более высокой натуральной контрастностью (120 000:1) обладает флагманское устройство нового модельного ряда (DLA-X90R, 699 тыс. руб.).

Устройства DLA-X70R/90R позволяют формировать 3D-картинку (с разрешением 1920×1080 пикселей). Но для просмотра изображений в формате 3D необходимо использовать фирменные активные затворные очки с LCD-линзами (либо работающие от батареек PK-AG1, либо перезаряжаемые PK-AG2) и излучатель синхросигналов JVC PK-EM1, который подключается к проектору посредством кабеля и обеспечивает инфракрасную связь с затворными очками PK-AG1. В базовый комплект поставки 3D-проекторов JVC

эти аксессуары не входят. По словам ведущего специалиста департамента маркетинга ООО “ДжейВиСи СНГ” Алексея Сокольского, в активных затворных очках JVC практически отсутствует так называемое “мертвое время” (зависящее от времени формирования на экране проецируемого изображения), в течение которого зрителю “закрываются” оба глаза. Этого удалось достичь благодаря особенностям технологии D-ILA, позволяющей формировать картинку на экране практически мгновенно.

Кроме того, устройства DLA-X70R/90R отличаются от проектора DLA-X30 цветом корпуса, мощностью и набором разъемов для связи с внешним миром. В то же время во всех этих системах используется одна и та же заменяемая 220-Вт ртутная лампа PK-L2210U, декларируемая продолжительностью службы которой (при работе устройства в стандартном режиме) составляет приблизительно 3000 ч. Потребляемая мощность проектора DLA-X30 — 330 Вт (в режиме ожидания — 0,8 Вт), устройств DLA-X70R/90R — 360 Вт (в режиме ожидания — 0,8 Вт).

На экране с соотношением сторон 16:9 новые проекторы JVC способны сформировать изображение с диагональю от 60 (1,328×0,747 м) до 200 дюймов (4,427×2,490 м). Однако в силу относительно небольшой яркости они не позиционируются как офисные, где очень важна возможность проведения презентаций в хорошо освещенных помещениях. В то же время они с успехом могут использоваться в авиасимуляторах, дизайнерских визуализациях, а также публичных и домашних кинотеатрах.



Корпус проектора JVC DLA-X30 имеет матовый (черный или белый) цвет

Две топ-модели новой линейки (DLA-X90R и DLA-X70R) изначально спроектированы в соответствии с требованиями сертификата THX 3D и в настоящее время представлены в лаборатории THX. Напомним, что в процессе сертификации THX 3D задействовано более 400 лабораторий, где с целью достижения безупречного качества 3D- и 2D-видео, удовлетворяющего запросам самых взыскательных экспертов, производится оценка точности цветопередачи, перекрестных искажений, параметров обзора и алгоритма обработки видеосигнала.

В моделях DLA-X90R и DLA-X70R используется новая технология преобразования e-shift, позволяющая (за счет обнаружения взаимосвязей между “исходными” пикселями и генерации на основе этих взаимосвязей новых пикселей) масштабировать 2D-изображения формата Full HD в изображения с разрешением 3840×2160 пикселей (8,1 Мп).

В моделях DLA-X90R и DLA-X70R реализована 16-шаговая настройка апертуры объектива и параметров работы лампы, что, как утверждают создатели, позволяет пользователю более тонко управлять относительной апертурой в любых условиях инсталляции. Модель DLA-X30 имеет 16-шаговую апертуру объектива.

Кроме того, все проекторы новой серии полностью поддерживают технологию 3D и предлагают следующие инновации:

- конвертер 2D—3D (преобразует контент 2D в 3D, используя технологию, применяемую в профессиональных 2D- и 3D-конвертерах JVC, при этом пользователю доступны настройка глубины 3D-сцены и коррекция шрифтов субтитров);

- алгоритм анаморфного преобразования 3D JVC вместе с опциональным оптическим конвертером позволяют наслаждаться 3D-фильмами в популярном “голливудском” формате 2,35:1.

- совместимость с широким рядом форматов вещателей 3D-контента, включая 1080p/24 и 720p side-by-side.

Есть и другие усовершенствования. Так, увеличение яркости в режиме 3D стало возможным благодаря новому улучшенному алгоритму управления 3D-очками с увеличенным временем открытия затвора и светопропусканием, а также минимизацией перекрестных кадровых помех. А ещё в новинках используется алгоритм Crosstalk Canceller, который существенно уменьшает перекрестные помехи, анализируя видеосигналы для левого и правого кадров с последующей коррекцией в реальном времени.

Несмотря на достаточно высокие цены (самый простой проектор JVC прежней линейки стоит 169 тыс. руб.), продажи презентационного оборудования JVC в нашей стране растут очень быстро. Генеральный директор компании “Цифровые Системы” (она является дистрибьютором проекторов JVC с 2008 г.) Борис Эшкинд сказал: “Продажи 2009 г. составляют 200% к продажам 2008-го. Продажи 2010 г. составляют 350% к продажам 2009-го. Продажи с января по октябрь 2011 г. составляют 300% к продажам 2010 г.”

Среди проблем, препятствующих более широкому проникновению в массы видеопроекторов с разрешением выше Full HD, Алексей Сокольский называет не только ограниченное количество соответствующего видеоконтента, но и различные “протокольные” проблемы. Так, спецификация HDMI v.1.4 не поддерживает видеосигнал формата 4K/60 Гц, а поддерживает только 4K/30 Гц. Однако ожидается, что в 2012-м стандарты для синхронизации по HDMI 4K-видео будут разработаны.

ВЫ ВЕРИТЕ В ЛЮБОВЬ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА?

ASUS ZENBOOK™ с подлинной ОС Windows® 7 Домашняя расширенная

ASUS рекомендует Windows® 7.



Просто как никогда



Вы никогда такого не видели. Вы никогда такого не чувствовали. Он безумно красивый. Ультратонкий — минимальная толщина составляет всего 3 мм. Ультралегкий — матовый алюминиевый корпус весит всего 1,1 кг. Ультрабыстрый — мощный процессор Intel® Core™ i5 второго поколения, накопитель SATA 3.0 SSD и порт USB 3.0. Возобновляет работу после выхода из спящего режима всего за 2 секунды и работает в режиме ожидания до двух недель, в то время как технология SonicMaster Audio обеспечивает потрясающее воспроизведение звука. Познакомьтесь с самой невероятной мобильной платформой Ultrabook™ и новым ASUS ZENBOOK™. Это любовь с первого взгляда.

Всемирная гарантия 2 года

WWW.NEVEROYATNOE.RU/ZENBOOK

ASUS
Дух инноваций • Путь к совершенству

Эксклюзивная сервисная программа ASUS Pick up & Return для ноутбуков UX21/UX31. Специальные условия обслуживания для ноутбуков ASUS особых серий. Подробности на <http://www.asusnb.ru/PUR>

Реклама.

“Microsoft имеет всё необходимое для создания полной ИС предприятия”

Формально свой 10-летний юбилей Microsoft Business Solutions (MBS) отметит лишь летом следующего года. Но фактически это направление появилось в составе корпорации на один год раньше своего официального “рождения”. Ведь именно с приобретением в апреле

2001-го американской компании Greate Plaines Software корпорация заявила о намерении заняться новым для себя бизнесом — разработкой и продвижением ERP-решений. Серьезность этих планов была подтверждена спустя год покупкой другого перспективного разработчика — европейской Navision, после чего на базе двух сделанных приобретений и было сформировано MBS. О пройденном за эти годы пути и о планах работы подразделения бизнес-приложений Microsoft с вице-президентом по продажам, маркетингу и операционной деятельности MBS Майклом Парком беседует обозреватель PC Week/RE Андрей Колесов.

PC Week: Как бы вы могли в общих чертах оценить итоги десяти лет работы MBS на рынке?

МАЙКЛ ПАРК: Microsoft не является первым поставщиком на ERP-рынке, но по всем оценкам — и независимых аналитиков, и наших собственных, мы, безусловно, входим тут в группу лидеров, занимая, в частности, ведущие позиции в сфере малого и среднего бизнеса. Сегодня во всем мире у нас более 300 тыс. заказчиков, ежегодно прибавляется примерно по 15 тыс. новых клиентов. В денежном выражении у нас также наблюдается постоянный рост год от года. Некоторое время назад, в результате укрупнения направленной деятельности корпорации, MBS вошло вместе с Microsoft Office в Microsoft Business Division, но сейчас MBS является одним из семи основных подразделений корпорации и его руководитель Кирилл Татаринов подчиняется непосредственно Стиву Балмеру.

Должен сразу сказать, что MBS развивается в контексте единой стратегии Microsoft, которая сейчас заключается, в частности, в поддержке самого широкого спектра вычислительных устройств, начиная от достаточно простых мобильных смартфонов и заканчивая ЦОДами. Наша идея заключается в том, чтобы, используя один механизм идентификации Live ID, пользователь мог бы работать в едином информационном пространстве с самыми разными приложениями, в том числе и с нашими ERP-решениями.

PC Week: В каких направлениях развивается семейство Microsoft Dynamics?

М. П.: Мы сейчас выделяем три основных направления развития. Первое из них — упрощение и унификация пользовательского интерфейса. Это позволяет человеку, знакомому с нашими другими популярными продуктами, например с Outlook или иными офисными приложениями, быстрее освоиться с новой для него, более сложной системой и применять ее с большей выгодой для себя. Вторая важная задача — сокращение сроков реализации проекта по внедрению системы, начиная от момента ее выбора заказчиком до начала промышленной эксплуатации и получения реального эффекта от ее применения. Третье направление — повышение гибкости решений, возможность их развития — как по функционалу, так и по нагрузке — вместе с растущими потребностями пользователя.

PC Week: В сентябре Microsoft представила прототип Windows 8 с новым пользовательским интерфейсом Metro. Вы начали уже создание клиентских мест для своих ERP-решений, ориентированных на использование Windows 8?



Майкл Парк

М. П.: Я отвечу кратко — да. Но пока детали работы в этом направлении я не могу сообщить. Главным преимуществом нашей новой настольной ОС является возможность использования сразу двух вариантов интерфейса — как обычного оконного стиля Windows, так и принципиально нового ленточного Metro.

Но нужно иметь в виду, что Metro разрабатывалась под тачскрин-устройства, которыми людям удобно пользоваться с помощью прикосновений к экрану пальцами. Но вполне очевидно, что такой вариант в одних случаях очень удобен, а в других — совсем не подходит. Возьмем в качестве примера какое-то производство, скажем мясопереработку, и представим, что прямо из цеха нужно сделать коррекцию параметров или ввести данные в систему. Очевидно, что выполнить такую операцию на экране не слишком чистыми руками будет очень неудобно. Мы в Microsoft придерживаемся того принципа, что у пользователя должен быть выбор. Поэтому, говоря о настольной Windows, можно точно сказать, что в ней будут поддерживаться оба варианта интерфейса, традиционный — обязательно.

Что касается Windows 8, то вполне вероятно, что, например, для разных ролей пользователей будет использоваться различные виды интерфейса. Но о каких-то конкретных приложениях для пользовательского интерфейса на базе Metro говорить еще рано, новая операционная система пока еще находится на стадии прототипа. Но, кстати, уже сегодня у нас появляются возможности управления пользовательским интерфейсом с помощью Kinect, который отлично зарекомендовал себя в играх, и сейчас подходит время применять его в деловых приложениях. Он позволяет управлять интерфейсом, вообще не подходя к компьютеру. Это очень полезно во многих сферах, например в медицине.

PC Week: В каких функциональных направлениях развивается семейство Microsoft Dynamics?

М. П.: Как вы знаете, становление MBS начиналось десять лет назад с ERP-направления, причем на основе сделанных тогда приобретений, и тут у нас есть целый набор решений, предназначенных для разных целевых групп заказчиков. Немного спустя появилась качественно новая линия — Microsoft CRM, которая имеет для нас большое значение не только потому, что она покрывает очень важную предметную область, но и потому, что именно тут мы отработывали новые технологические подходы и бизнес-модели взаимодействия с заказчиками, в том числе облачные вычисле-

ния. Microsoft CRM включает три основных сценария: продажи, маркетинг и услуги. Все эти три группы функций постоянно развивались и расширялись, причем достаточно быстро. Одна из главных идей логики развития этого продукта — чтобы пользователь всегда имел под рукой самые актуальные на настоящий момент данные и чтобы его функционал максимально отвечал постоянно меняющимся потребностям бизнеса. Для каждого направления деятельности мы предлагаем готовые сценарии работы пользователя, которые при этом можно легко модифицировать, адаптировать под собственную специфику.

Что касается ERP-продуктов, то тут мы стараемся избежать трудностей, с которыми столкнулась SAP. Проблема здесь заключается в том, что, создавая единую систему, эта компания получила избыточную (с точки зрения конкретных групп пользователей) функциональность и огромный объем программного кода, что делает решением слишком громоздким и неповоротливым.

В ERP мы определили пять основных для нас вертикальных рынков — государственный (public) сектор, производство, сервисы, дистрибуция (оптовая торговля) и розничная торговля — и заложили в свои продукты наборы функций для каждого из этих направлений. При этом у нас нет задачи реализовать полный, 100%-ный функционал для каждой отрасли. Доведение до 100% — это уже задача партнеров, которые решают ее или с помощью дополнительных готовых средств от третьих разработчиков, или путем собственных доработок в ходе конкретных внедрений. С точки зрения заказчика, тем самым решается целый комплекс собственных проблем: повышается гибкость решения (заказчик получает набор функций, нужных именно ему), увеличивается скорость внедрения, снижается стоимость (в том числе благодаря наличию конкурентной среды на рынке, возможности выбора).

Тут я должен отметить еще один очень важный момент. Архитектура наших решений реализована таким образом, что в них очень четко разделяются технологические слои: где находится наш собственный код, где располагаются готовые доработки независимых разработчиков, где размещаются код и настройки данного проекта внедрения. Это существенно повышает управляемость решения в целом и четко показывает зоны ответственности разных участников проекта, что очень важно для понимания заказчиком, как решать возникающие проблемы, как развивать проект дальше. Понятно, что такая архитектура намного упрощает актуальную задачу обновления и сопровождения продуктов.

У нас есть также четкое позиционирование продуктов в горизонтальном плане: Dynamics AX — это верхний сегмент рынка, крупные предприятия уровня Enterprise; Dynamics NAV — SMB, малый и средний бизнес. Соответственно есть и группы партнеров, которые работают в своих сегментах, минимально пересекаясь между собой, но закрывая при этом все потребности рынка.

PC Week: А если посмотреть за пределы ERP&CRM? Будут ли в MBS появляться приложения, например, для бизнес-анализа или управления контентом?

М. П.: Пока мы не видим в этом необходимости. Дело в том, что у Microsoft эти направления уже давно существуют, но в других тематических подразделениях. А для реализации конкретных проектов опять же применяется компонентный подход, но уже в рамках всей программной платформы Microsoft. Если говорить о задачах управления доку-

ментами и поддержки групповой работы, — это SharePoint, мощная бизнес-аналитика входит в состав служб SQL Server и того же SharePoint, и т. д. Если мы говорим о построении полной информационной системы предприятия, включая, скажем, систему коммуникаций, хранилища данных, офисную работу и все остальное, — все это есть в платформе Microsoft. Причем все это интегрировано между собой, с едиными пользовательскими интерфейсами. И с возможностью выбора того, что именно вам нужно.

PC Week: Что можно сказать относительно использования модели облачных вычислений?

М. П.: Наверное, вы знаете, что мы уже несколько лет продвигаем по облачной схеме решение Dynamics CRM, причем онлайн-вариант — это не замена традиционной онпремис-установки ПО, а дополнение к ней. То есть у заказчика есть выбор — что ему подходит лучше. Более того, говоря об облачной модели, нужно подчеркнуть, что речь идет не просто об установке традиционного решения в наших дата-центрах. Несколько лет назад мы радикально переработали архитектуру Dynamics CRM, оптимизированную именно для облачного варианта. И еще: Dynamics CRM — это еще и платформа, на базе которой независимые сервис-провайдеры могут разворачивать собственные облачные предложения.

Теперь мы начинаем переносить отработанную на CRM модель (в том числе и модель отношений с заказчиками и партнерами) в ERP-сферу. В марте следующего года на нашей очередной конференции Convergence мы представим новую версию Dynamics NAV, которая будет доступна на рынке примерно в таких же трех вариантах, как и Dynamics CRM. Более того, будет сделан еще один важный шаг: облачный вариант решения будет реализован в новой перспективной среде Windows Azure. И еще — мы попробуем также продемонстрировать на практике использование гибридных схем.

PC Week: Как вы оцениваете положение MBS в России и перспективы развития вашего бизнеса в нашей стране?

М. П.: Россия — это важный и перспективный рынок для нас. Учитывая сильную конкуренцию на нем и некоторую специфику российских нормативно-законодательных требований, мы считаем, что добились тут неплохого положения. Но при этом мы совсем не собираемся останавливаться на достигнутом. Будем продолжать инвестировать в локализацию продуктов, в развитие партнерской сети. Общая стратегия компании заключается в расширении зоны традиционного присутствия наших ERP-продуктов на рынке средних предприятий: Dynamics AX продвигается в сторону крупных компаний, Dynamics NAV — в направлении малого бизнеса. В прошлом году мы предложили очень серьезные скидки на Dynamics NAV для малых и средних компаний и получили от этого хороший эффект. Мы намерены продолжать эту ценовую политику в текущем финансовом году. Что касается CRM, тут российский рынок находится еще в стадии начального формирования, и мы намерены занять на нем лидирующие позиции.

В стратегическом плане мы хотим начать широкое продвижение в России наших облачных предложений. Сейчас уже идут продажи Office 365. Следом мы должны предложить CRM Online, а затем и NAV Online. Уверены, что облачные модели займут хорошие позиции в сфере деловых приложений.

PC Week: Спасибо за беседу.

HP ZPAR помогла "Хайнаньским авиалиниям" внедрить серверную виртуализацию

ЛЕВ ЛЕВИН

“Хайнаньские авиалинии” — это одна из крупнейших китайских авиакомпаний, которая по численности самолетов является четвертой в КНР. Она была основана в 1993 г. и сначала осуществляла воздушные перевозки между тропическим островом Хайнань, где тогда была открыта одна из первых в стране особых экономических зон, и материковым Китаем. Штаб-квартира авиакомпании расположена в главном городе острова Хайкоу.

В настоящее время “Хайнаньские авиалинии” выполняют около 500 внутренних и международных рейсов, в том числе в города Европы, Северной Америки и Австралии. Авиакомпания эксплуатирует 112 самолетов, выполняющих полеты в 90 аэропортов (включая аэропорты Москвы, Санкт-Петербурга и Новосибирска). В будущем году авиакомпания планирует открыть новое подразделение, которое займется грузовыми перевозками.

Помимо воздушного флота компании принадлежит 25% акций международного аэропорта Хайкоу и сеть гостиниц. Она также работает на рынке недвижимости, предоставляет услуги логистики, занимается розничной торговлей и организацией туристских поездок на самый южный остров КНР.

В 2010 г. персонал “Хайнаньских авиалиний” насчитывал 80 тыс. человек, а доход компании составил 92,5 млрд. юаней (примерно 14,3 млрд. долл.). Акции авиа-

компании котируются на Шанхайской фондовой бирже, она является крупнейшим в Китае негосударственным предприятием в секторе авиационного транспорта.

В начале нынешнего года “Хайнаньские авиалинии” стали первой авиакомпанией из КНР, которой британское аналитическое агентство Skytrax, специализирующееся на исследовании рынка пассажирских авиаперевозок, присудило наивысший рейтинг five-star airline.

Проблемы роста бизнеса и ИТ

По мере расширения географии авиаперевозок и выхода на новые рынки ИТ-подразделение “Хайнаньских авиалиний” постоянно расширяло свой серверный парк и запускало в эксплуатацию новые бизнес-приложения (сейчас в авиакомпании используются почтовые серверы на базе Microsoft Exchange, серверы баз данных Oracle и SQL Server, файловые серверы, система управления хэндвингом и системы продаж авиабилетов; все эти приложения обслуживают около 30 тыс. пользователей). В результате если в 1990-е ИТ-инфраструктуру авиакомпании обслуживали 12 серверов, то к концу следующего десятилетия их число выросло до 500.

Старая ИТ-инфраструктура явно не обеспечивала тот уровень эффективности сервисов, которого требовал динамично развивающийся бизнес “Хайнаньских авиалиний”, и к тому же для ее дальнейшего развития были необходимы постоянные дополнительные инвестиции, так, в

частности, число серверов увеличивалось каждый год примерно в два раза. Одним из главных источников этих проблем было то, что в разных подразделениях авиакомпании работали фактически изолированные ИТ-системы и в результате внутри предприятия образовалось несколько не связанных между собой “островков” хранения данных, поэтому не было возможности организовать оперативный обмен информацией между департаментами.

Выбор масштабируемого решения на базе серверной виртуализации

Для решения возникших проблем ИТ-руководство “Хайнаньских авиалиний” решило воспользоваться услугами компании Hewlett-Packard, которая не только является одним из ведущих мировых производителей серверов и систем хранения данных, но и обладает мощными возможностями предоставления консалтинговых услуг, методологией и лучшими практиками внедрения комплексных ИТ-инфраструктур, а также накопила большой опыт выполнения сложных проектов в разных индустриях. Технические эксперты HP исследовали действующую ИТ-инфраструктуру авиакомпании и проанализировали требования к ней в долгосрочной перспективе, выполнили серию тестовых испытаний и обследование установленного в штаб-квартире “Хайнаньских авиалиний” в Хайкоу ИТ-оборудования, а также провели серию интервью с техническими специалистами заказчика.

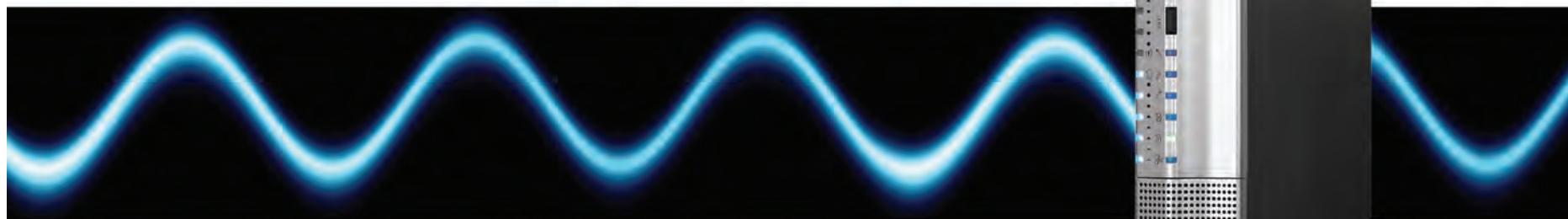


Блейд-сервер HP ProLiant BL460c

Эти работы показали, что оптимальным решением будет перевод серверных приложений предприятия в виртуализованную среду, а для ее эффективной реализации требуется высокопроизводительная унифицированная система хранения, которая также сможет консолидировать хранение данных в масштабе всей компании. В качестве этой системы консультанты HP рекомендовали использовать дисковый массив HP ZPAR Utility Storage. Стоит отметить, что в продуктовой линейке Hewlett-Packard система хранения ZPAR появилась только в

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 16 ►

SMART. Для качества сделано всё



ИБП серии SMART от Powercom:

- Чистая синусоида: электропитание без помех и сбоев
- Добавление внешних батарейных блоков
- Управление через USB и RS-232, внутренний слот для SNMP

Новая модель SMART KING RT (Rack/Tower)

Особенностью модели SMART KING RT является возможность выбора типа установки, для любой задачи и конфигурации рабочего пространства, а также замена батарей в «горячем» режиме. Серия SMART – защита персональных компьютеров, рабочих станций, серверов и другого ответственного оборудования.

Коммуникации на службе у биофармации

ЕЛЕНА ГОРЕТКИНА

В любой быстро развивающейся компании наступает момент, когда становится очевидным, что ранее реализованные ИТ-решения уже не удовлетворяют потребности бизнеса и нужно принимать принципиальное решение об их замене новыми, современными, которые обеспечат компании запас прочности в плане поддержки бизнеса со стороны ИТ на годы вперед. Такая ситуация назрела и в «АстраЗенека Россия» — отечественном филиале международной биофармацевтической компании, нацеленной на исследование, развитие и коммерческое использование рецептурных препаратов. Компания работает в таких терапевтических областях, как кардиология, пульмонология, онкология, неврология и психиатрия, гастроэнтерология и др.

ПРОЕКТЫ

Сегодня в штате «АстраЗенека Россия» насчитывается около 1200 сотрудников. Причем порядка 85% сотрудников — это те, кто большую часть рабочего времени проводит вне офиса, встречаясь с представителями органов здравоохранения и клиентами или посещая различные мероприятия. Поэтому их нужно обеспечить всей необходимой информацией и инструментами для эффективного взаимодействия с клиентами, другими сотрудниками и проектными группами, что предполагает использование технологий удаленного доступа к корпоративным ресурсам и эффективным средствам коммуникации.

В новый офис с новой инфраструктурой
Импульсом к созданию в компании новой информационно-коммуникационной инфраструктуры стало принятое руководством «АстраЗенека Россия» во второй половине 2010 г. решение о переезде в новый офис в Москве в связи с увеличением штата и расширением объемов деятельности. Как пояснил Илья Зырянов, руководитель отдела ИТ-поддержки и информационной инфраструктуры «АстраЗенека Россия», на базе использовавшихся в старом офисе технических средств нельзя было реализовать ряд современных сервисов для построения эффективных коммуникаций.

В частности, они не позволяли создать в необходимой конфигурации контакт-центр для службы технической поддержки. Кроме того, компания была заинтересована в конвергенции мобильной и стационарной телефонии, чтобы вне офиса сотрудники имели полноценную корпоративную связь. В этом случае можно было бы рассчитывать на повышение их трудовой эффективности. «Была поставлена задача создать в новом офисе современную телекоммуникационную инфраструктуру, причем для гораздо большего числа сотрудников — порядка 400 против 200 ранее, — рассказал Илья Зырянов. — Соответственно возникла необходимость в современных технологических решениях для построения сетей связи и передачи данных с объединением систем в единую среду. При этом главная цель проекта состояла в том, чтобы упростить управление бизнес-процессами, подключить мобильных сотрудников и сократить операционные расходы на поддержку информационной инфраструктуры».

Для выбора решения и интегратора в «АстраЗенека» предусмотрен четкий процесс: ИТ-департамент подробно формулирует проектные требования и совместно с бизнес-подразделениями разрабатывает тендерные задания. В конкурсе на выполнение проекта приняли участие четыре крупных интегратора. Победителем стала компания TopS BI, накопившая к тому времени большой опыт реализации проектов в области телекоммуникационной инфраструктуры и унифицированных коммуникаций на предприятиях различного профиля.

Проект с нуля
«АстраЗенека» поставила перед партнером по реализации проекта довольно жесткие требования по срокам его выполнения, так как рассчитывала заехать в новый офис с уже готовой к использованию инфраструктурой. Что касается выбора технического решения и поставщи-

ка оборудования, то после совместного обсуждения целей и задач проекта специалистами заказчика и интегратора ставка была сделана на решения Cisco. «Среди очевидных преимуществ решений этого производителя — гарантия высокого качества, — пояснил Илья Зырянов. — Кроме того, TopS BI, как крупный партнер Cisco, смогла получить у вендора для нас индивидуальные ценовые условия».

В качестве основы для новой ИТ-инфраструктуры в московском офисе «АстраЗенека Россия» были выбраны коммутаторы Cisco Catalyst, на базе которых специалисты TopS BI построили высокопроизводительную локальную вычислительную сеть (более 700 портов Ethernet). А с помощью Cisco Unified Communications Manager для сотрудников офиса была реализована система унифицированных коммуникаций — интегрированный комплекс продуктов и приложений для связи и передачи данных, позволяющая поддерживать коллективную работу и оптимизировать бизнес-процессы компании.

Проектная команда также интегрировала новое решение с корпоративным LDAP-каталогом, в результате чего были расширены возможности обработки вызовов и реализованы функции использования переадресации, голосовой почты, внутренней и мобильной связи как единой системы, а также организации аудиоконференций. Кроме того, для службы технической поддержки создан внутренний контакт-центр на базе решения Cisco Unified Contact Center Express.

Параллельно в компании осваивают и дополнительные функциональные возможности новой коммуникационной среды. Так, в ближайшее время предполагается активно использовать расширенные возможности факса и голосовой почты, реализованные во внешнем контакт-центре. Кроме того, по словам Ильи Зырянова, сейчас прорабатывается проект внедрения на базе решения Cisco функционала соффона (программного IP-телефона). Компания уже закупила десять лицензий и активно тестирует возможности данного сервиса, рассчитывая в дальнейшем за счет использования видеосвязи сократить число командировок сотрудников в удаленные регионы для проведения внутренних встреч и совещаний.

«Расширяя функционал новой инфраструктуры, — пояснил Илья Зырянов, — «АстраЗенека» намерена построить максимально эффективную систему коммуникаций — в рамках каждой рабочей группы, между разными группами и сотрудниками различных подразделений компании, а также с клиентами».



Илья Зырянов

Свой первый рабочий день в новом московском офисе сотрудники «АстраЗенека Россия» провели уже с использованием построенной TopS BI инфраструктуры. При этом, как утверждает заказчик, перевод пользователей со старой АТС на новую систему связи прошел без перерывов в их работе.

Итоги, планы на завтра
«АстраЗенека» поставила перед партнером по реализации проекта довольно жесткие требования по срокам его выполнения, так как рассчитывала заехать в новый офис с уже готовой к использованию инфраструктурой. Что касается выбора технического решения и поставщи-

ка оборудования, то после совместного обсуждения целей и задач проекта специалистами заказчика и интегратора ставка была сделана на решения Cisco. «Среди очевидных преимуществ решений этого производителя — гарантия высокого качества, — пояснил Илья Зырянов. — Кроме того, TopS BI, как крупный партнер Cisco, смогла получить у вендора для нас индивидуальные ценовые условия».

В качестве основы для новой ИТ-инфраструктуры в московском офисе «АстраЗенека Россия» были выбраны коммутаторы Cisco Catalyst, на базе которых специалисты TopS BI построили высокопроизводительную локальную вычислительную сеть (более 700 портов Ethernet). А с помощью Cisco Unified Communications Manager для сотрудников офиса была реализована система унифицированных коммуникаций — интегрированный комплекс продуктов и приложений для связи и передачи данных, позволяющая поддерживать коллективную работу и оптимизировать бизнес-процессы компании.

Проектная команда также интегрировала новое решение с корпоративным LDAP-каталогом, в результате чего были расширены возможности обработки вызовов и реализованы функции использования переадресации, голосовой почты, внутренней и мобильной связи как единой системы, а также организации аудиоконференций. Кроме того, для службы технической поддержки создан внутренний контакт-центр на базе решения Cisco Unified Contact Center Express.

Параллельно в компании осваивают и дополнительные функциональные возможности новой коммуникационной среды. Так, в ближайшее время предполагается активно использовать расширенные возможности факса и голосовой почты, реализованные во внешнем контакт-центре. Кроме того, по словам Ильи Зырянова, сейчас прорабатывается проект внедрения на базе решения Cisco функционала соффона (программного IP-телефона). Компания уже закупила десять лицензий и активно тестирует возможности данного сервиса, рассчитывая в дальнейшем за счет использования видеосвязи сократить число командировок сотрудников в удаленные регионы для проведения внутренних встреч и совещаний.

HP ZPAR помогла...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 15

конце прошлого года после покупки одноименной фирмы, и до сих пор в Китае не было ни одной инсталляции ZPAR. Тем не менее ИТ-специалистам «Хайнаньских авиалиний» понравились функции удобного и простого управления хранением HP ZPAR, высокая скорость ввода/вывода и масштабируемость этого массива, которая реализуется за счет кластеризации его контроллеров.

В качестве одного из серверных приложений авиакомпания использовала СУБД Oracle, и поэтому для нее было очень важно то, что HP ZPAR показал рекордные показатели в тестах SP-1 для измерения скорости ввода/вывода при обслуживании этой базы данных. Наконец, в HP ZPAR применяется технология «динамического» выделения емкости (thin provisioning), обеспечивающая сокращение затрат на покупку дополнительных дисков по мере роста требований к емкости, а встроенные интеллектуальные функции массива позволяют автоматически перераспределять нагрузку между его контроллерами и дисками по мере изменения требований серверных приложений или сбоя одного из контроллеров.

Описание решения

Виртуализованная серверная среда в модернизированной инфраструктуре «Хайнаньских авиалиний» реализована

на базе гипервизора VMware и трех сотен блейд-серверов HP ProLiant BL460c G7 с многоядерными процессорами Intel Xeon, установленных в несколько шасси HP BladeSystem c7000. Лезвия HP ProLiant BL460c G7 обеспечивают высокую плотность размещения процессорной мощ-



Дисковые массивы HP ZPAR T8000

ности, существенное упрощение администрирования серверных ресурсов и высокую надежность работы приложений, поэтому на протяжении последних лет являются самыми продаваемыми моделями блейд-серверов. На запущенные на этих лезвиях виртуальные машины VMware были перенесены основные биз-

нес-приложения предприятия. По сети хранения SAN лезвия подключены к двум дисковым массивам HP ZPAR T8000, которые установлены в основном и резервном центрах обработки данных «Хайнаньских авиалиний». На этих массивах хранятся как данные приложений, так и образы виртуальных машин VMware. Полезная емкость этих двух массивов составляет порядка 120 Тб, из них в настоящее время заполнено около 85 Тб. По расчетам, этой емкости должно хватить еще на несколько лет, поскольку сейчас темпы роста объемов данных в ИТ-инфраструктуре «Хайнаньских авиалиний» составляют порядка 20% в год. Если же темпы роста объемов данных резко возрастут и будут заполнены все 120 Тб полезной емкости, то ее можно будет расширить, установив в массивы дополнительные диски, причем благодаря thin provisioning расширение емкости можно выполнить без приостановки работы серверных приложений для перераспределения дискового пространства. В каждом из массивов установлено по четыре контроллера, но если требования к производительности ввода/вывода существенно увеличатся, то можно довести конфигурацию массива до восьми контроллеров. Помимо высокой производительности это повышает и отказоустойчивость массива — в случае выхода из строя одного из контроллеров вся его нагрузка будет распределена с помощью механизма кластеризации по остальным контроллерам массива. Кроме того, для обеспечения отказоустойчивости при-

ложений в новой ИТ-инфраструктуре «Хайнаньских авиалиний» применяется механизм переноса виртуальных машин VMware между ЦОДами VMware Site Recovery Manager, который интегрирован с массивами HP ZPAR, а резервное копирование данных этих массивов выполняется на виртуальную дисковую библиотеку по схеме D2D.

Благодаря тесной интеграции HP ZPAR с технологиями виртуализации VMware дисковая емкость для новой виртуальной машины выделяется всего за несколько минут, что позволяет быстро развертывать приложения для обеспечения динамичности развития бизнеса авиакомпании. Фактически внедрение решения VMware на базе лезвий HP ProLiant BL460c G7 и дисковых массивов HP ZPAR T8000 позволило авиакомпании постепенно перевести свою ИТ-инфраструктуру на работу по модели облачных вычислений и гибко реагировать на изменение потребностей бизнеса.

По оценкам ИТ-специалистов «Хайнаньских авиалиний», за счет использования HP ZPAR потребности в дисковой емкости на предприятии сократились на 50%, удалось добиться баланса между стоимостью хранения 1 Гб данных и стоимостью одной операции ввода/вывода в секунду (IOPS). В компании ожидают, что затраты на закупку новых дисков, текущее обслуживание систем хранения и их энергообеспечение после консолидации хранения на базе HP ZPAR также снизятся в два раза.

Индустрия связи в России и в мире по версии Ericsson

ПЕТР ЧАЧИН

На корпоративном форуме «Технологии, соединяющие общество», посвященном 130-летию присутствия Ericsson в России, руководители компании дали свою оценку состоянию развития индустрии связи в нашей стране и в мире. Их выступления были посвящены стратегическому видению компании и практическим аспектам ее реализации, таким как мобильный широкополосный доступ, фиксированные сети и конвергентные решения, аутсорсинг и обслуживание сетей, OSS/BSS, коммуникационные сервисы, приложения для частных и бизнес-пользователей, подключенные устройства.

«Россия является одним из важнейших направлений бизнеса для Ericsson, — заявил президент и генеральный директор компании Ханс Вестберг. — Сегодня модернизация инфраструктуры страны и развитие экономики знаний, основанной на новых технологиях коммуникаций, входят в число приоритетов развития российского общества. У нас накоплен большой опыт в реализации таких проектов в разных странах, и мы готовы активно развивать его и в России».

По его оценке, российские телекоммуникационные компании в первом полугодии 2011 г. демонстрируют рост как абонентской базы, так и выручки. Проникновение мобильной связи составляет свыше 150% (в активных SIM-картах). Широкополосный доступ (ШПД), как мобильный, так и фиксированный, выступает основным драйвером роста индустрии. Уже четверть подписчиков услуг сотовой связи пользуются мобильным доступом в Интернет.

При этом растет не только число пользователей, но и среднее потребление тра-

фика данных на одного подписчика. Так, если год назад средний ежемесячный трафик данных на одного пользователя составлял около 150 Мб, то сейчас эта цифра выросла вдвое. Произошло это отчасти за счет увеличения доли пользователей мобильными устройствами — ноутбуков, нетбуков, планшетов — с 5 до 18% (среди всех пользователей мобильного Интернета), средний трафик которых доходит до 1—2 Гб в месяц.

Владельцы таких устройств формируют до 80% трафика данных в сети и около 40% доходов оператора от передачи данных. При этом более 10 млн. пользователей мобильной связи в России активно используют USB-модемы для доступа в Интернет. Проникновение смартфонов в России оценивается на уровне 20%. Согласно прогнозу Ericsson, к концу 2015 г. проникновение смартфонов вырастет в три раза. Средний объем трафика на один смартфон увеличится в восемь раз, а трафик широкополосных мобильных сетей в целом — в 25 раз. По оценке Ericsson, к 2020 г. в России будет не менее 2 млрд. подключенных устройств.

Ханс Вестберг рассказал также о мировых тенденциях на рынке связи. Глобальное проникновение мобильной связи на конец октября 2011 г. составляет 82%, а общее число абонентов — около 5,8 млрд. Порядка 75% всех абонентов, или 4,4 млрд., приходится на стандарт GSM, и лишь 14% — на долю пользователей сетей третьего поколения WCDMA/HSPA.

Существует устойчивая тенденция к росту популярности смартфонов во всех

регионах мира, и Ericsson ожидает, что в III квартале нынешнего года на эти аппараты будет приходиться примерно 30% от общего количества проданных телефонов (по сравнению с 20% за 2010-й). Однако в целом по миру лишь около 10% мобильных устройств относится к категории смартфонов, а это значит, что на глобальном рынке есть серьезный потенциал для дальнейшего роста.

Число фиксированных широкополосных подключений на конец II квартала 2011 г. составило около 550 млн. Главным образом это связано с устойчивым ростом использования DSL в Китае. На DSL приходится более 60% всех фиксированных широкополосных соединений в мире.

Объем и характер потребления трафика сильно варьируются в зависимости от той или иной сети или страны. Объем потребления трафика превышает средний уровень, к примеру, в Северной Америке. Стоит отметить, что в странах североамериканского континента объем голосового трафика на одного пользователя также значительно выше, чем в других регионах, что обусловлено различиями в построении тарифов. В среднем пользователь персонального компьютера загружает 1—2 Гб мобильных данных в месяц, и этот показатель за последнее время значительно вырос.

В сети мобильного оператора владелец смартфона потребляет до 10 крат больше данных, чем пользователь обычного мобильного телефона. Аналогичный показатель для пользователя ПК с мобильным

модемом в 100 раз выше. Таким образом, рост популярности смартфонов и планшетов будет еще больше способствовать дальнейшему росту трафика. Согласно данным Ericsson, браузеры и видеоприложения генерируют наибольший трафик во всех устройствах.

На текущий момент сети стандарта GSM охватывают более 85% населения Земли, свыше 40% людей имеют возможность доступа к сетям WCDMA/HSPA. Обе технологии будут и дальше расширять свое присутствие на рынке, и через пять лет WCDMA/HSPA выйдет на тот же уровень проникновения, на котором сегодня находится GSM.

Последующий рост проникновения HSPA-сетей будет связан с распространением недорогих смартфонов (в ближайшие годы ожидается появление смартфонов для массового рынка ценой ниже ста долларов), а также с появлением огромного количества новых устройств и приложений для мобильного ШПД и увеличением скоростей. Несколько ведущих мировых операторов уже начали внедрять сети стандарта LTE, однако в том, что касается охвата населения, доступом к LTE сегодня обладают лишь несколько процентов. Мы ожидаем, сказал г-н Вестберг, что через пять лет LTE выйдет примерно на тот же уровень охвата — до 40%, — на котором сегодня находится WCDMA/HSPA.

Совокупные годовые инвестиции в сети радиодоступа WCDMA/HSPA превысили инвестиции в GSM-сети в 2009 г. — через восемь лет после старта внедрения мобильных сетей третьего поколения 3G в Западной Европе. Задача обеспечить сосуществование GSM, WCDMA/HSPA, CDMA2000 и 4G/LTE, а также всё увеличивающееся количество доступных частотных каналов формируют основу для инвестиций в многостандартные решения и дальнейшую модернизацию сетей. □



Ханс Вестберг: «Россия является одним из важнейших направлений бизнеса для Ericsson»

КАСПЕРСКИЙ Lab

Защита на опережение

Будьте на шаг впереди угроз с решениями «Лаборатории Касперского»

- Защита всех типов сетевых узлов
- Эффективное управление безопасностью
- Уникальная гибридная технология защиты
- Оптимизированная поддержка виртуальных сред
- Контроль использования программ, устройств и веб-ресурсов

www.kaspersky.ru



ОБЛАЧНЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ

НОЯБРЬ • 2011 • МОСКВА

<http://www.pcweek.ru>



Поиск взаимопонимания на пути в облачное будущее

АНДРЕЙ КОЛЕСОВ

Тематика облачных вычислений сейчас находится на пике популярности. Обсуждение возможностей, плюсов и минусов облачных сервисов и облачных инфраструктур сегодня не минует практически ни одного ИТ-мероприятия, эти вопросы затрагиваются почти в каждом выступлении или публикации, касающихся применения современных ИТ. Но всегда ли говорящие и слушающие понимают друг друга? Удалось ли ИТ-поставщикам преодолеть естественную настороженность заказчиков в отношении новых ИТ-идей? Об этом и о некоторых других аспектах продвижения облачных вычислений на российский рынок мы попросили поделиться своим мнением экспертов из числа вендоров и поставщиков услуг.

ОБЗОРЫ

приятия, эти вопросы затрагиваются почти в каждом выступлении или публикации, касающихся применения современных ИТ. Но всегда ли говорящие и слушающие понимают друг друга? Удалось ли ИТ-поставщикам преодолеть естественную настороженность заказчиков в отношении новых ИТ-идей? Об этом и о некоторых других аспектах продвижения облачных вычислений на российский рынок мы попросили поделиться своим мнением экспертов из числа вендоров и поставщиков услуг.

Начнем с определений

Облачные вычисления, облачные инфраструктуры, облачные платформы, облачные сервисы и, наконец, просто «облако». Что это такое и чем все это отличается от необлачных объектов? Рассуждая по этому поводу, мы предложили экспертам взять за основу недавно

опубликованный последний вариант определения облачных вычислений (с выделением ключевых характеристик и типов моделей) Национального института стандартов и технологий США (NIST).

«Это действительно классическое определение, полностью с ним соглашаюсь. Пять характеристик, три сервисные модели, четыре модели внедрения, — начал разговор Валерий Корниенко, руководитель по развитию сервисного бизнеса IBM в России и СНГ. — Правда, как всегда, есть оговорки: реальность сложнее, поэтому попытка классифицировать является известным приближением. Можно до хрипоты спорить о результатах конкретной реализации. Простейший пример: для кого-то Lotus Live, предоставляемый как сервис, будет платформой, для кого-то программой».

Дмитрий Хороших, менеджер Cisco Systems по развитию бизнеса в секторе центров обработки данных, философски заметив, что любое определение всегда лучше, чем ничего, продолжает эту мысль: «Специалисты из NIST проделали огромную работу, выделив самые ключевые из множества тех характеристик, которые в последнее время приписывают облакам. К определению NIST можно добавить только два момента. Во-первых, с точки зрения размещения облаков оказалась незаслуженно забыта модель виртуального частного облака. По этой модели сервис-провайдер создает внутри своей облачной инфраструктуры пул ресурсов и отдает их в пользование и управление компании-клиенту. Именно так работает большинство сервис-провайдеров для корпоративного рынка, и на текущий момент данная модель наиболее востребована в России для сервиса IaaS. Второе добавление, которое, возможно, скоро появится, касается стандартизованного способа расширения количества сервисов. Уже сейчас появляются направления унифицированных коммуникаций как услуги и рабочего места как услуги, которые не укладываются в модель SaaS».

Определение NIST — не единственное, в настоящее время их великое множество — таково мнение Юрия Ларина, руководителя направления маркетинга облачных технологий Microsoft в России, который считает, что самым главным в облачной модели потребления ИТ-услуг является возможность оплачивать только потребленные ресурсы и очень быстро реагировать на изменяющиеся потребности компаний и организаций. На рынке сейчас может быть востребована концепция «облако на ваших условиях» — гибридная модель, настраиваемая под нужды заказчика и имеющая единый центр управления.

Святослав Игнатьев, технический директор дата-центра «ТрастИнфо» (ГК «Ай-Тек»), также уверен, что пока не существует единственного и окончательно принятого всеми игроками определения «облачные вычисления», и это вызывает проблемы: «Размытость формулировки порождает разногласия и вольность интерпретации на рынке, особенно в российском сегменте. На Западе восприятие этого термина утряслось, поскольку за рубежом похожие технологии используются порядка 20 лет. Сам же термин в отличие

от технологии стал применяться с легкой руки маркетологов совсем недавно».

По мнению Владимира Бабицкого, директора департамента комплексных решений IBS Platformix, основные группы дискутирующих договорились об относительно общем восприятии определений, об этом свидетельствуют затухающие споры о степени «облачности» выпускаемых на рынок технологий, продуктов, сервисов и разворачиваемых потребителями инфраструктур. При этом он считает, что теоретизирование оказалось просто не слишком важным для дальнейшего движения: «В конце концов все мирятся с какой-то долей маркетингового шума. Появление в последние пару лет промышленных инструментов для создания систем, работающих в модели предоставления различных ресурсов со значительной степенью самоорганизации, позволяет отвлечься от определений в пользу практической работы. А чем отличаются нынешние облака от Utility Computing пятнадцатилетней давности — на этот архиважный вопрос, несомненно, еще предстоит ответить».

Отметив, что энциклопедического определения облачных вычислений нет, Владимир Бедрак, главный архитектор комплексных решений компании «Астерос», говорит о том, что каждый проект, который анонсируется как облачный, уникален по своим целям, задачам и характеристикам. При этом, соглашаясь с NIST, что общие признаки «облачного» проекта существуют, он отмечает: «В определении NIST описаны характеристики обеспечения работы пользователей, но ничего не сказано про бизнес-модель. А облачные технологии — это прежде всего новая парадигма, новый подход, попытка перестроить бизнес-взаимодействие. Сегодня мы на пути к данной модели, а лет через пять-семь будем максимально пользоваться ее преимуществами. Формирование облачных технологий очень похоже на то, как входили в нашу жизнь Интернет или сотовая связь. Вспомните, вначале сотовая связь была дорогой и не слишком хорошего качества. Потом конкуренция между операторами повысилась, а клиенты стали получать услуги высокого уровня по более низким ценам. Сейчас мы имеем широкий круг новых возможностей — голосовая почта, SMS, выход в Интернет».

Вместе с тем Сергей Халыпин, руководитель отдела системных инженеров компании «Citrix Systems Россия и СНГ», считает, что определение NIST покрывает все варианты, которые существуют на данный момент. «Дополняя или корректируя это в общем верное определение, мы уже будем сужать диапазон значения термина «облачные вычисления», — поясняет он. Однако тут же дополняет: «У нашей компании есть свое определение personal cloud. Мы считаем, что это не «облако» в привычном нам понимании, а некая сущность всевозможных ИТ-устройств и данных, которые «живут» вместе с пользователем. Мы можем копировать или перемещать данные между компьютерами, жесткими дисками или телефонами, но это по-прежнему наше окружение, некое личное рабочее пространство. Каким образом для нас существует доступ к такому

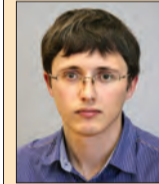
Наши эксперты



ЕВГЕНИЙ КУЧИК, генеральный директор, «БОСС. Кадровые системы»



ЮРИЙ ЛАРИН, руководитель направления маркетинга облачных технологий, Microsoft в России



ВЯЧЕСЛАВ МЕДВЕДЕВ, системный архитектор, «Инфосистемы Джет»



ДМИТРИЙ ТОРШИН, генеральный директор, «Юниклауд» (ГК «АйТи»)



СЕРГЕЙ ХАЛЯПИН, руководитель отдела системных инженеров, «Citrix Systems Россия и СНГ»



ДМИТРИЙ ХОРОШИХ, менеджер по развитию бизнеса в секторе центров обработки данных, Cisco Systems

Наши эксперты



ВЛАДИМИР БАБИЦКИЙ, директор департамента комплексных решений, IBS Platformix



ВЛАДИМИР БЕДРАК, главный архитектор комплексных решений, «Астерос»



АНДРЕЙ ВАКОВ, заместитель директора департамента «Инжиниринговый Центр», «Техносерв»



СВЯТОСЛАВ ИГНАТЬЕВ, технический директор дата-центра «ТрастИнфо», ГК «Ай-Тек»



ВАЛЕРИЙ КОРНИЕНКО, руководитель по развитию сервисного бизнеса, IBM в России и СНГ



АНДРЕЙ КУТУКОВ, директор департамента программных решений, НР в России

пространству — в виде копирования или общего облака или даже внутреннего разделяемого диска, к которому пользователь может подключаться из любого места, — это уже не совсем принципиально».

Евгений Кучик, генеральный директор компании «БОСС. Кадровые системы», также согласен с определением NIST, в котором, по его мнению, полностью отражена формальная сторона специфики облачных вычислений. Но все же он отмечает, что там не отражен один крайне важный момент — доступность. Причем в данном случае он имеет в виду не технические аспекты, а скорее финансовые: «Многие программные решения до возникновения и развития облачных технологий предполагали существенные финансовые вливания на этапе их внедрения. В последнее время ситуация кардинально изменилась — приложения, которые раньше были доступны только крупному бизнесу, в облачном варианте становятся доступными для любых компаний, в том числе и малых».

Вячеслав Медведев, системный архитектор компании «Инфосистемы Джет», также соглашаясь с определением NIST, считает нужным четче расставить акценты: «Облако — это способ предоставления ИТ-услуг, имеющий определенные пользовательские свойства. Техническая реализация может быть различной в зави-

► симости от особенностей предоставляемой услуги, но совокупность пользовательских свойств должна оставаться неизменной. Поэтому неверно утверждать, например, что облако — это виртуальная ферма со специализированным ПО управления или что это новое название для аутсорсинга”.

Андрей Кутуков, директор департамента программных решений ИР в России, отмечает, что сегодня существует немало определений облачных вычислений: “Каждая организация пытается вложить в него свою трактовку, дополнить общее видение рынка уникальным предложением, которое позволит ей выйти на новый уровень предоставления облачных услуг. Подобный подход, как показывает практика, таит в себе ряд опасностей. Сегодня существует большое количество маркетинговых трактовок, но очень мало практических примеров реализации облачных проектов, которые демонстрировали бы возможности и преимущества использования облачных технологий в сочетании с традиционными ИТ. На мой взгляд, определение NIST является конструктивным и учитывает основные модели облачных технологий и услуг”.

Как бы подводя итог этой части разговора, Андрей Вакатов, заместитель директора департамента “Инжиниринговый Центр” компании “Техносерв”, очень точно ответил на другой важный вопрос — зачем нужно такое определение: “Теперь любой ИТ-специалист может, опираясь именно на это определение, говорить о тех или иных продуктах как об облаках или хотя бы для себя определить, по каким причинам и критериям данный продукт недотягивает до облачного. В целом с формулировкой NIST сложно не согласиться, поскольку она общими словами и терминами определяет облачные вычисления и в то же время вносит некоторую четкость и упорядоченность, когда мы используем и относим те или иные системы и проекты к их числу”.

Есть ли единое понимание облака?

Диапазон ответов наших экспертов на этот вопрос весьма широк вплоть до полностью противоположных вариантов.

“Практика нашего общения с представителями самых разных аудиторий (вендорами, провайдерами, клиентами) подтверждает, что единого понимания облаков до сих пор нет, — считает Святослав Игнатьев. — И в целом это даже хорошо, поскольку у каждого игрока есть возможность выразить своё видение облака. Технология активно развивается. И в итоге на рынке останутся самые облачные из облачных концепций сервисов, то есть те, которые российское ИТ-сообщество примет”.

Сергей Халыпин также придерживается мнения, что у вендоров и поставщиков понимание облака нередко бывает различным: “Хостинг и IaaS, Application Service Providing и SaaS, виртуализация десктопа и десктоп из облака — все эти понятия часто не различают. Но тут нужно понимать, что есть модные термины, которые клиенты хотят услышать. Один из них — это облачные вычисления. И если прийти к клиенту с тем же решением, но сказать, например, что это традиционный подход терминального доступа, то он отнесётся к нему с куда большим скепсисом. А вот если сказать, что это облачная доставка ваших приложений на любое устройство, то предложение прозвучит инновационно и прогрессивно, хотя по большому счету ничто не изменится. Мы можем назвать машину автомобилем или транспортным средством, но все равно она будет устройством, которое позволит нам переместиться из точки А в точку Б. Так же и с технологиями — их можно по-разному называть, но от этого их внутренняя технологическая суть не меняется. Хотя понятно, что тонкие различия найти всегда можно, но для многих организаций параметры, определяющие эти различия, просто не важны”.

Владимир Бабицкий, директор департамента комплексных решений IBS Platformix, уверен, что структуры и соответственно люди в организациях производителей и поставщиков, которые несут реальную ответственность за формирование и понимание содержания облачных вычислений, пожалуй, пришли к определенному единодушию. Что же касается тактики достижения наилучшего взаимопонимания между представителями поставщика и заказчика, то здесь оптимальным вариантом является уменьшение частоты употребления термина “облака” вплоть до полного отказа в пользу более “прагматичных” определений.

По мнению Валерия Корниенко, наш рынок уже достиг достаточной степени зрелости, чтобы понимание было единым: “Вендоры и ИТ-поставщики близки в интерпретации понятия, потому что они опираются на базовые определения, такие как NIST. Заказчики, реализующие облачные проекты, говорят на этом же языке, а те, кто не реализует проекты, этим языком не обладают в принципе, им нужно его осваивать с нуля”.

“Поднятая несколько лет назад шумиха вокруг облаков в последнее время стихает, и ИТ-вендоры начинают все чаще приходить к единым стандартам, — отмечает Дмитрий Хороших. — Сейчас уже все понимают, что построить облачную инфраструктуру невозможно без виртуализации на всех уровнях, включая сеть и уровень хранения данных, без автоматизации типовых операций, не имея портала самообслуживания и развитой системы биллинга потребляемых ресурсов. Различия на рынке облачных платформ сейчас в первую очередь связаны с функционалом, который предлагают в каждом из этих направлений производители систем, и с трудоемкостью построения работающей инфраструктуры на оборудовании того или иного производителя. Непонимание между заказчиками и поставщиками облачных услуг связано в первую очередь с параметрами биллинга услуг, с уровнем SLA и составом сервисов. Процесс приведения этих характеристик к единому знаменателю может потребовать еще пару лет”.

Но есть и не столь оптимистичные точки зрения. По мнению Юрия Ларина, термин “облака”, выражаясь биржевым языком, “перепродан” с маркетинговой точки зрения: “К сфере облачных вычислений сегодня относят все что угодно — от оборудования до веб-хостинга. На наш взгляд, пришло время иллюстрировать концепцию облачных вычислений реальными сервисами и примерами успешного внедрения у клиентов. Мы считаем, что роль заказчика состоит в описании своих потребностей, прежде всего бизнес-потребностей компании или организации. Наша роль как поставщика — предложить варианты применения облачных сервисов, наиболее эффективных и выгодных для заказчика во всех возможных сценариях. Именно взаимопонимание рождает успешные решения и в конечном итоге удовлетворение клиента облачными решениями и сервисами”.

Владимир Бедрак уверен, что сегодня каждый вендор стремится представить свой товар как облачный, показывая таким образом, что продукт отвечает характеристикам классического определения NIST и готов работать в условиях “доступно с любого компьютера или телефона в любой точке мира в любое время”. При этом изменения в технологии продукта могут быть минимальными, меняется лишь отношение к его осмыслению и позиционированию. То же самое делают ИТ-поставщики: они немного перестраивают решения, которые изначально не были облачными, под требования классического определения, добавляют новые возможности, поддерживающие облачные технологии. Но в целом взгляд на облака вендоров и ИТ-поставщиков при-

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 24 ►

Jet
infosystems

20 лет

НАШИ ПРОЕКТЫ -
НАША ГОРДОСТЬ!

ИНФОСИСТЕМЫ ДЖЕТ

- Бизнес-решения и программные разработки
- ИТ- и телекоммуникационная инфраструктура
- Информационная безопасность
- ИТ-аутсорсинг и техническая поддержка
- Управление комплексными проектами

**Партнер Oracle
2011 г.**

**Серверы и
системы
хранения
данных**

- Oracle Platinum Partner, более 10 специализаций, в том числе:
- Sun SPARC Servers: Entry-Level, Mid M-Series, Enterprise T-Series, High-End M-Series и др.
- Сотни проектов на базе технологий Oracle
- Первые в России и на Украине демо-центры Oracle Exadata

ORACLE Platinum Partner

Тел.: +7 (495) 411-7601
www.jet.su

Частные облака востребованы как воздух

Облачные технологии стали очень актуальными за короткий, буквально два-три года, период. С чем это связано — с успешным маркетингом или жизненной необходимостью? Какие именно облачные решения — частные или публичные — наиболее актуальны сегодня и в ближайшей перспективе? Как именно меняют подход к управлению ИТ-инфраструктурой и информационной безопасностью облачные технологии? Эти и другие актуальные вопросы обозреватель PC Week/RE Алексей Воронин обсудил с директором департамента корпоративных продаж корпорации EMC Максимом Зубаревым и первым заместителем управляющего директора компании «Техносерв» Евгением Зацепиным.

PC Week: Начнем с главного — с термина. Все ли вендоры, предлагая облачные решения, понимают под облачными вычислениями одно и то же?

МАКСИМ ЗУБАРЕВ: Облачные вычисления — это по сути своей феномен, который не зависит от вендора. Согласно формулировке Национального института стандартов и технологий США (NIST) облачные вычисления — это подход, который обеспечивает возможность доступа клиента к пулу ресурсов там и тогда, где и когда это ему нужно. А вот способы, которыми реализован этот подход, естественно, разнятся от вендора к вендору. Сервисная модель — одна из возможных моделей доступа к ресурсам.

PC Week: Облачные вычисления довольно долго воспринимались бизнесом лишь как модная тема. Когда, на ваш взгляд, наступил переломный момент и бизнес увидел в облачных вычислениях заложенные в нем возможности для развития? Что послужило толчком?

М. З.: Символическим переломным моментом можно считать 15 сентября 2008 г. — день, когда один из крупнейших американских банков Lehman Brothers объявил себя банкротом. Данное событие не имеет прямого отношения к ИТ, но, как известно, послужило толчком к мировому экономическому кризису, который заставил компании любого профиля, масштаба бизнеса и местоположения задуматься о выживаемости. По Дарвину, как известно, выживает не сильнейшая особь, а наиболее адаптивная, гибкая. Поскольку ИТ давно уже стали одной из основ бизнеса, то и гибкость бизнеса сегодня во многом определяется гибкостью ИТ-инфраструктуры, которую как раз обеспечивают на качественно новом уровне облачные технологии. Так что именно гибкость, которую предоставляют облачные вычисления, стала основой для движения в сторону облаков. Бизнес принял модель получения ИТ-ресурсов «по требованию» — там и тогда, где и когда бизнесу это действительно необходимо. И соответственно бизнес получил возможность оплачивать только тот объем ресурсов, который реально используется. Что касается вопроса «когда?», то показательно, что облачные технологии еще в 2008 г. не входили в список топ-10 приоритетных технологий, составляемый ежегодно Gartner. Но уже в следующем, 2009 г., облачные вычисления заняли второе место, а в 2010-м — первое. Динамика, прямо скажем, колоссальная, и она, как я уже отметил выше, в сильной степени была задана кризисными явлениями в мировой экономике. Если кризис сравнить с угрозой нападения, то облачные вычисления можно назвать пулей в пистолете того, кто от нападения защищается, а спусковым крючком на воображаемом пистолете будет виртуализация (серверная, систем хранения и т. д.).



Максим Зубарев

ЕВГЕНИЙ ЗАЦЕПИН: Мне хотелось бы отметить, что первые технологии виртуализации появились еще в 1980-х. Так что здесь, на мой взгляд, скорее следует говорить о новой терминологии, а не о принципиально новых технологиях, и еще — об их более широком распространении, поскольку сегодня уже все ведущие мировые вендоры стали предлагать облачные решения, и даже больше: утверждать, что облака — это «наше всё». Что касается собственно облачных технологий в том виде, в каком они сегодня существуют, то всюю о них заговорили примерно два года назад. Основной толчок к использованию облачных вычислений был со стороны бизнеса и заключался в необходимости эффективного использования ИТ-инфраструктуры, в том числе — на фоне глобального кризиса. В рамках традиционного подхода к ИТ компании чуть ли не под каждое приложение необходимо устанавливать свой сервер и свою систему хранения данных. При таком подходе и то и другое, как правило, используется на 5—10% от своих возможностей. В случае с облачными технологиями ИТ-ресурсы используются со значительно большей эффективностью, на уровне 60—70%. Что касается «модности» темы облачных вычислений, то ее широкое обсуждение в СМИ, в том числе маркетинговыми службами ведущих вендоров, сыграло свою положительную роль: бизнес сначала запомнил термин «облачные вычисления», потом заинтересовался технологией и, наконец, стал применять ее на практике.

PC Week: Какие глобальные факторы сегодня активно способствуют росту популярности облачных вычислений? И какие, возможно, начнут активно действовать завтра?

М. З.: Среди глобальных факторов я называю три основных. Современный мир живет в условиях информационного общества и даже больше — информационной революции. И первый фактор роста популярности облачных вычислений — постоянный динамичный рост объема цифровой информации (по данным IDC, ежегодный ее прирост составляет 52%). Некоторые эксперты уже заговорили о появлении новой вселенной — цифровой. Второй фактор — крайне незначительный на фоне динамики цифровой информации рост ресурсов, которые необходимы для их обработки, коими являются бюджеты и специалисты. В мире ИТ-бюджеты вырастают всего на 2% в год, а количество специалистов — на 1% (в России ситуация несколько иная, мы развивающаяся страна, так что у нас вырастет быстрее). В целом ситуацию без преувеличения можно оценить как плачевную. И третий фактор — сложившаяся



Евгений Зацепин

практика структуры ИТ-бюджета, 77% которого, согласно данным мировой статистики, идет на поддержку и обслуживание ИТ-инфраструктуры и только 23% — на ее развитие. На фоне мирового экономического кризиса сочетание первого и второго факторов особенно критично — такая разбалансированность с большой вероятностью может привести к внутрикорпоративному кризису, когда останутся критичные для бизнеса приложения. Возникает вопрос — как справиться с новой ситуацией в рамках традиционных подходов? Очевидно, что это маловероятно и даже невозможно. Это подталкивает бизнес к использованию облачных решений.

Е. З.: Я бы как основной фактор, способствующий росту популярности облаков, назвал TCO (Total Cost Ownership), т. е. совокупную стоимость владения ИТ-инфраструктурой. Ее сегодня считают практически все компании, и снижению которой способствуют облачные технологии. Что касается прогнозов... я отметил бы, что в России наибольшее распространение пока получили частные (внутренние) облака, т. е. облачные решения внутри охраняемого периметра ИС компаний. А вот востребованность общественных (или, в другой терминологии, внешних, публичных) облаков пока под вопросом — отношение к ним у российских руководителей осторожное, мало ли что может произойти там, в облаках. Вот этот фактор «мало ли что» пока является решающим фактором в отношении публичных облаков. Вместе с тем, судя по западной практике и публикациям в прессе, всё вроде бы показывает, что за публичными облаками большое будущее. Посмотрим, как это будет происходить на практике.

PC Week: Помимо глобальных, фоновых факторов для развития облачных вычислений есть и чисто технологические. Назовите, пожалуйста, основные из них...

М. З.: В первую очередь появление технологий виртуализации серверов и систем хранения данных — это базис, без которого ничего бы не было. Второй фактор — рост пропускной способности телекоммуникационных каналов. Но сам по себе этот фактор уже не такой критичный, поскольку появилась технология дедупликации, позволяющая уменьшить объем передаваемой информации почти в двадцать раз, а также разработаны новые технологии сжатия трафика. Дедупликация и сжатие трафика позволяют использовать для передачи больших объемов информации в том числе и не самые хорошие с точки зрения пропускной способности каналы, и это третий фактор. И наконец, четвертый немаловажный фактор — развитие технологий в

области информационной безопасности и управления ИТ-инфраструктурой. В случае с частными облаками мало что меняется, а вот при использовании внешних (публичных) облаков у ИТ-инфраструктуры в компаниях отсутствует периметр, который привыкли охранять. Соответственно требуются новые подходы, базирующиеся на защите не периметра, а данных. На первый план выдвигается не столько возможность управлять данными, сколько уверенность в том, что неавторизованное лицо не сможет получить к ним доступ. Для этого используются элементы шифрования данных, системы мониторинга виртуальной инфраструктуры и ряд других, современных методов защиты.

Е. З.: На мой взгляд, телекоммуникационная инфраструктура с высокой пропускной способностью — все-таки основной технологический фактор (даже с учетом появления технологии сжатия). Именно появление «широких труб», через которые можно «прогонять» гигабайты и терабайты информации, и сделало возможным доступ к сетевым ресурсам из любого места в любое время, т. е. облачные вычисления. Остальные перечисленные коллегой факторы, конечно, тоже важны.

PC Week: В России уже имеются компании, предоставляющие услуги по организации внешнего электронного документооборота. Недавние изменения в налоговом законодательстве (закон № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве») многие эксперты считают точкой отсчета бурного развития внешнего электронного документооборота. Каково ваше мнение?

Е. З.: Законодательные инициативы могут стимулировать рост бизнеса, а могут и отсрочивать. Снятие правовых барьеров соответственно всегда дает дополнительный импульс, в данном случае — в плане организации внешнего документооборота на базе облачных технологий. Можно констатировать, что это прежде всего еще один фактор роста объема цифровых данных, а значит, и роста потребности в использовании облачных вычислений. Но не будем забывать про закон о персональных данных, из-за которого возникают проблемы с передачей персональных данных клиентов третьей стороне. Это, конечно, создает определенные сложности для работы российских компаний с публичными облаками. С другой стороны, может быть, не так уж и плохо, что существует такое законодательное ограничение, потому что внешние облака — это хорошо, но мы убеждены в важности охраны нашей персональной информации. А значит, крупным компаниям, работающим с такими данными, надо все-таки собственную ИТ-инфраструктуру выстраивать на базе частных облаков.

М. З.: Западным компаниям в этом плане проще. Например, в корпорации EMC сотрудники направления продаж и маркетинга по всему миру работают в публичном облаке с браузерной CRM-системой производства компании Salesforce.com, обеспечивающей доступ к своим ресурсам из любой точки мира. Для западных компаний наряду с правовыми вопросами поднимаются темы бизнес-рисков, т. е. насколько персональная информация, размещенная во внешних облаках, защищена от конкурентов.

PC Week: Кто из западных вендоров, с вашей точки зрения, наиболее активен в продвижении своих облачных решений на российском рынке?

Е. З.: Это в первую очередь компании EMC, VMware, Cisco, Microsoft.

PC Week: А как вы оцениваете рынок российских программных разработок в данной сфере? Способен ли он составить реальную конкуренцию западному ПО?

М. 3: Российские программисты сами по себе очень квалифицированы. Половина из них трудится на западные компании как офшорные программисты. Что же касается российского рынка в сфере облачных технологий и решений, то он пока еще только формируется. Наиболее заметный игрок на рынке прикладного ПО российского производства, в том числе и в сфере облаков, общеизвестен — это компания “1С”. В сфере прикладных решений российские разработки вполне конкурентоспособны по отношению к западным системам — но на внутреннем, российском рынке, а вот в плане платформ, инфраструктурных решений этого нет, даже локально. В сегменте инфраструктурных решений безусловно доминируют западные вендоры, лидеры мирового и местных рынков.

PC Week: Компании какого из секторов российской экономики, по вашей оценке, наиболее продвинулись в использовании облачных технологий — финансовые, торговая розница, промышленные предприятия?

М. 3: На первое место я бы поставил представителей финансовой сферы, на второе — торговые предприятия, на третье — телекоммуникационные компании. Госсектор тоже проявляет интерес к облачным технологиям, в частности Минкомсвязи объявило о создании платформы для оказания облачных сервисов государственным структурам в рамках программы “Электронное правительство”. Правда, данный проект фактически находится еще в зачаточном состоянии.

PC Week: Есть ли облачная специфика, скажем, у проектов, которые запускают банки?

М. 3: С точки зрения инфраструктуры и общего подхода у облачных вычислений отраслевой специфики нет — всем нужно иметь гибкую, эффективную модель получения ИТ-ресурсов. Специфика банков в том, что это традиционно очень консервативные учреждения. Не добавляет открытости и упомянутый закон о персональных данных, под действие которого непосредственно подпадают кредитные организации как операторы многочисленных персональных данных (особенно — розничные банки). Поэтому, как правило, банки практикуют либо использование частных облаков, либо гибридную модель, когда основные компоненты ИТ-инфраструктуры работают внутри, в рамках периметра, и лишь некоторые, второстепенные, могут быть вынесены в публичные облака.

PC Week: Государство — один из самых привлекательных заказчиков. Есть ли у вас в числе клиентов российские государственные органы? Какие проекты удалось реализовать?

Е. 3: EMC и “Техносерв” активно участвуют в различных государственных программах как федерального, так и регионального уровня. В числе уже реализованных — проекты облачных платформ для поддержки государственных мероприятий регионального масштаба в Мордовии, Татарстане. Еще один масштабный проект региональной облачной платформы на базе vBlock (решение компании VCE) сейчас находится в стадии реализации. В числе значимых проектов федерального уровня — созданная система “График исполненного движения поездов” на железных дорогах в РЖД, реализованная в частном облаке компании.

PC Week: Расскажите подробнее о vBlock — что это за решение, как используется?

М. 3: Это программно-аппаратное решение, виртуализированный центр обработки данных. На нем можно реализовать выделение ресурсов по требованию, создание виртуальных машин, имеется возможность наращивания ресурсов квантами — единицами, в которых оцениваются и серверы, и системы хранения, и управление, т. е. все элементы облаков. Данное

решение можно использовать как в обычных стационарных ЦОДах, так и в мобильных решениях, в рамках частных облаков и как платформу для создания публичных — все зависит от потребностей и фантазии конкретного потребителя. И, конечно, его бюджета.

PC Week: Мы уже не раз упоминали, что частные облака очень востребованы крупными корпорациями. А есть на этот счет какая-то статистика — в мире, в России?

М. 3: Да, очень востребованы — можно сказать, как воздух. Некоторая мировая статистика имеется. Согласно аналитическим прогнозам Центра экономических и бизнес-исследований Великобритании, доля частных облаков на общем рынке облачных вычислений в национальных экономиках пяти ведущих западноевропейских держав (Франция, Великобритания, Германия, Испания, Италия) к 2015 г. вырастет до уровня

Поскольку ИТ давно уже стали одной из основ бизнеса, то и гибкость бизнеса сегодня во многом определяется гибкостью ИТ-инфраструктуры, которую как раз обеспечивают на качественно новом уровне облачные технологии.

35%, гибридных моделей облачных вычислений — до 40% (25% — прогнозируемая доля рынка, приходящаяся на публичные облака). На мой взгляд, в ближайшие пять лет именно частные облака будут востребованы в наибольшей степени и в России, и в мире. Все-таки полный уход во внешние облака — большой риск, даже с элементами авантюры. Не каждая компания готова делиться персональными данными, тем более при наличии правовых ограничений, как в случае с российским законодательством. Что касается России, то хотел бы еще отметить, что для российских компаний частные облака на сегодня — не только новая эффективная технология, но и первый этап изменения методов работы ИТ-подразделения, когда оно становится способно вносить в деятельность компании реальный экономический эффект.

PC Week: Сейчас у многих компаний в ходу термин “профиль клиента”. Можно ли обозначить профиль компаний, которые делают выбор в пользу частных облаков? Публичных?

Е. 3: Идеальный клиент для публичных облачных вычислений — компания из сегмента среднего и малого бизнеса, которой ИТ-сервисы необходимы для быстрого старта в новой для себя сфере бизнеса, но которая не имеет достаточно средств для реализации масштабных ИТ-проектов в традиционной конфигурации. К профильным клиентам общественных облаков смело можно отнести и государственные учреждения, у которых имеется потребность в ИТ-ресурсах, но бюджет часто бывает недостаточным и нестабильным: накладывает отпечаток годовое планирование, когда на один год бюджет может быть выделен, а на другой — урезан. В последнем случае у учреждения не возникает проблем с сокращением кадров, с поддержкой ИТ-инфраструктуры. Клиент частных облаков — это крупная компания (банк, телекоммуникационная компания, представитель розничной торговли), имеющая солидный ИТ-бюджет и стратегические планы по развитию гибкой, надежной ИТ-инфраструктуры с дополнительными гарантиями информационной безопасности. Насколько публичные облака будут востребованы крупными компаниями — покажет время. Как я

уже говорил, пока крупные российские компании присматриваются.

PC Week: В чем заключается адаптация “простого” прикладного ПО под работу в облаке (неважно — частном или публичном)? Когда производители прикладного ПО начнут в массовом порядке создавать версии cloud ready?

М. 3: Адаптацию ПО под работу в облаке можно сравнить с автомобильным тюнингом — осуществляется его доводка с учетом особенностей облачной модели использования. А что касается второй части вопроса, то технология облачных вычислений настолько меняет ИТ, что ситуацию можно сравнить с внезапно появившейся большой волной и серфером. Если не испугаешься высоты, как попавший недавно в Книгу рекордов Гиннеса серфер Гарретт Макнамара, “оседлавший” волну высотой с девятиэтажный дом, то выиграешь. Отойти в сторону не получится — нужно либо попытаться встать на эту волну технологии облачных вычислений, либо эта волна тебя накроет. Причем это относится ко всем — не только к поставщикам прикладных решений, платформ, но и к их клиентам.

PC Week: Кадры решают не всё, но на определенной стадии — очень многое. Можно предположить, что для разработки, поддержки облачных технологий нужен самый разнообразный квалифицированный персонал, владеющий технологиями виртуализации, многопоточного программирования и т. д. Какова ситуация на рынке специалистов в сфере облачных технологий?

М. 3: Потребность в очень квалифицированных кадрах у разработчиков различного рода ИТ-решений была и до активного роста облачных технологий. Можно сказать, что в силу специфики бизнеса разработчиков потребность в специалистах будет всегда. Именно поэтому EMC ежегодно тратит порядка 2 млрд. долларов США на разработки в сфере НИОКР (это примерно 13% от годового оборота). А поскольку последние годы все разработку корпорации, что называется, стратегически делаются как cloud

С точки зрения инфраструктуры и общего подхода у облачных вычислений отраслевой специфики нет — всем нужно иметь гибкую, эффективную модель получения ИТ-ресурсов.

ready, то есть адаптированы под облачные вычисления, то можно сказать, что все инвестиции в новые разработки имеют прямое отношение к облачным технологиям. Соответственно EMC постоянно заботится о квалификации своих разработчиков, находится в постоянном тесном контакте с университетами. Только в российском центре разработок работает порядка трёхсот квалифицированных специалистов. Но у проблемы кадров есть другой, более болезненный аспект — специалисты, работающие в компаниях, где используются ИТ-решения. Вот здесь ситуация плачевная. Уровень ИТ-специалистов постоянно снижается. Некоторых представителей нового поколения смело можно назвать классическими “геймерами” — они привыкли к упрощенному интерфейсу, не обладают глубокими знаниями в сфере информационных технологий, ИТ-инфраструктуры. И это тоже подталкивает компании к облачным решениям, использование которых дает возможность снизить требования к квалификации ИТ-персонала. Но дело даже не только в снижающемся уровне подготовленности специалистов. Сегодня время такое — как бы ни были сложны сами технологии, интерфейсы должны быть максимально простыми. Автомобиль сам по себе — очень слож-

ное устройство, но сесть за руль и поехать может любой, самый обыкновенный человек, у которого есть права.

Е. 3: EMC оттого и конкурирует на равных с другими мировыми лидерами рынка, что тратит на обучение, повышение квалификации специалистов большие средства. Что касается “Техносерва”, то у нас всегда была самая компетентная команда по созданию ЦОДов и вычислительных комплексов, так что рост квалификации сотрудников во многом идет естественным, органическим путем. В свое время нашими специалистами была освоена экспертиза в области мэйнфреймов, затем мы поставляли первые системы хранения EMC на российский рынок, создали собственный центр компетенции, где тестируем и показываем потенциальным клиентам приложения различного рода. Поэтому можно сказать, что квалификация наших специалистов растет вместе с технологиями.

PC Week: Беседуя об облачных технологиях, невозможно хотя бы не упомянуть вопрос безопасности данных при облачных вычислениях. Тема, понятно, большая и активно обсуждаемая. Но чего, по вашему мнению, в обсуждениях данной темы больше — спекуляции вокруг безопасности или трезвого подхода к новым реалиям, связанным с повышенной угрозой по отношению к данным в облаках?

М. 3: В основном это все-таки спекуляции. Особенно когда речь идет о частных облаках — ведь в этом случае задачи информационной безопасности практически те же: защита периметра и борьба с инсайдом. Но и в случае с публичными облаками ситуация изменилась в лучшую сторону — в первую очередь в связи с развитием новейших технологий защиты данных. Компания EMC, например, чтобы сделать данные во внешнем облаке более защищенными, в свое время приобрела фирму RSA Security, которая сейчас активно занимается этими вопросами.

PC Week: На одной из конференций я услышал такую сакральную фразу: “В облаках всё иначе”. Произнесший её специалист имел в виду вполне прозаическое обстоятельство — оказалось, что те менеджеры, которые успешно продавали обычное ПО, перестали быть успешными в случае с облачным. Оказалось, что облачные решения требуют других технологий продаж, других навыков у менеджеров по продажам и даже новых высококвалифицированных специалистов в поддержку продаж — т. н. архитекторов, ведущих потенциальных клиентов на предварительном этапе. Вы согласны с тезисом “ в облаках все иначе”? Что он мог бы означать для вас?

М. 3: Пожалуй, отчасти согласен. Во-первых, это уже не раз упоминавшаяся сегодня гибкость, т. е. возможность получения сервиса там, тогда и в таком объеме, в котором это необходимо. Во-вторых, меняются роль и задачи ИТ-управленца — он начинает управлять сервисами, а не ИТ-инфраструктурой, в связи с чем возрастает роль соглашений об уровне обслуживания (SLA) между бизнесом и ИТ-подразделением. И в-третьих — да, меняются технологии продаж.

PC Week: Облачные технологии находятся в стадии развития. С вашей точки зрения, какие проблемы в этой сфере помимо обеспечения информационной безопасности будут наиболее актуальны в ближайшее время?

Е. 3: Все говорит о том, что в ближайшие пять лет частные и гибридные облака будут находиться в зоне пристального внимания. И, пожалуй, одна из наиболее актуальных задач, которую еще предстоит решить в данной сфере, — стандартизация облачных технологий. Это касается в том числе и используемой терминологии. В частности, от понятий “Google Ready” или “VMware Ready” мы должны прийти к понятию “Cloud Ready Applications”.

PC Week: Спасибо за беседу.

Облачные решения как главный драйвер роста

В настоящее время облачные технологии считаются перспективными направлениями развития ИТ-рынка. Тем не менее на пути их массового распространения немало препятствий.

ИНТЕРВЬЮ О том, как их можно преодолеть и что делают вендоры для развития облачных решений, Сергей Поздняков, региональный директор Citrix в России и СНГ, рассказал научному редактору PC Week/RE Елене Гореткиной.



Сергей Поздняков

PC Week: Какие организации, по вашему мнению, будут первопроходцами в облачных технологиях — коммерческие компании, госструктуры, малые предприятия и т. д.?

СЕРГЕЙ ПОЗДНЯКОВ: Лидерами, скорее всего, будут международные корпорации, которые уже передают в публичные облака часть своих операций в международном пространстве, и, открывая офис в нашей стране, они будут использовать облачную модель и здесь. Среди российских компаний первыми пользователями публичных облаков, наверное, станут небольшие фирмы, перед которыми встает вопрос: либо все делать самостоятельно, что не всегда возможно, либо воспользоваться внешними услугами. Облачные сервисы пригодятся и компаниям с низкомаржинальным бизнесом, например крупным розничным сетям. Многие из них уже сейчас обращаются к провайдерам услуг, потому что когда компания работает на объемах продаж, ей невыгодно делать большие инвестиции в собственную мощную ИТ-инфраструктуру.

Крупные российские корпорации уже обладают достаточной развитой ИТ-инфраструктурой, на базе которой можно развертывать частные облака. Они также могут передавать в публичное облако часть задач, но при этом им придется оценивать соотношение между рисками утечки данных и экономическими выгодами, которые они получают за счет экономии собственных ресурсов. Так что скорее они будут отдавать вонне вспомогательные задачи, если можно будет это делать легко и безопасно. Внутренние операции, связанные с обслуживанием бизнеса, где утечка информации критична, они вряд ли перенесут во внешнее облако.

Что касается государственных структур, то могу предположить, что когда публичные облака начнут строить компании, которые связаны с государством, к примеру “Ростелеком”, то могут появиться определенные регулирующие акты, стимулирующие их использование, и различные государственные ведомства, которые раньше использовали собственную ИТ-инфраструктуру, начнут отдавать часть задач в облака.

PC Week: Какие проблемы — технические, психологические, финансовые и законодательные — надо решить, чтобы облачные технологии получили широкое распространение?

С. П.: Разные пользователи сталкиваются с разными проблемами при принятии концепции об-

лачных вычислений. Прежде всего распространению облаков мешает психологический барьер: людей беспокоит то, что их данными сможет пользоваться неизвестно кто. С этим вопросом связаны проблемы регуляторные. Если облачный сервис предоставляется всем пользователям страны, то необходимы очень серьезные меры безопасности, так как любые данные могут считаться персональными, а закон о персональных данных, хотя и имеет давнюю историю, вызывает много нареканий.

Есть проблемы, связанные с лицензированием ПО. Например, по лицензионным правилам невозможно получить из облака виртуальную настольную машину. Заказчик должен принести провайдеру свою лицензию и разместить соответствующий софт в облаке. Этот вопрос еще не решен, поставщики софта стараются понять, как изменить систему лицензирования так, чтобы, с одной стороны, заказчику было удобно работать в облаке, а с другой — сам вендор не потерял доход от лицензий.

Но дело движется. Так, Microsoft недавно объявила программу лицензирования на условиях аренды ПО для провайдеров, которые будут предоставлять облачные услуги. Мы тоже подписали дистрибуторское соглашение с компанией “Софтлайн” по продвижению облачных лицензий на многие наши продукты. Эта программа называется CSP и ориентирована на сервис-провайдеров, телеком-операторов, интернет-провайдеров, поставщиков услуг, системных интеграторов и заказчиков с часто меняющимся числом пользователей. Уже есть первые реализованные проекты.

Техническая проблема связана с каналами связи. В нашей стране далеко не везде есть широкополосный доступ в Интернет. Но постепенно связь улучшается, а кроме того, появляются новые решения. Например, в облачные инструменты Citrix входит продукт Branch Repeater, реализованный как аппаратно, так и программно, который служит для оптимизации трафика.

Нельзя забывать и об экономических проблемах. Очень важным шагом я считаю то, что на виртуализацию и облачные вычисления сейчас уже направляются не ИТ-бюджеты, а бюджеты на развитие бизнеса — это значит, что организации уже приходят к оценке ИТ как гене-

ратора прибыли. Поэтому основная финансовая трудность, с которой сталкиваются российские заказчики, заключается не в том, как найти финансирование, а в том, как правильно обосновать необходимость этих вложений. Это связано с тем, что не всегда понятно, как правильно посчитать финансовый эффект от перехода на облачные сервисы. На российском рынке пока еще не хватает опыта для оценки окупаемости таких проектов. Чтобы восполнить этот пробел, крупные западные системные интеграторы, занимающиеся консалтингом, разрабатывают вместе с заказчиками модели оценки эффективности. Активную позицию занимают и вендоры, которые обладают соответствующей экспертизой. Например, Citrix имеет большой опыт реализации облачных проектов по всему миру и может применить его здесь, чтобы обеспечить максимальную отдачу от внедрения облачных технологий.

PC Week: Есть ли какие-нибудь методики для оценки эффективности облачной модели по сравнению с обычным подходом?

С. П.: Да, есть методики расчета общей стоимости владения (ТСО) и окупаемости (ROI), позволяющие сравнить затраты на ИТ при использовании традиционной модели с теми, которые будут в случае перехода в облако. При этом нужно учитывать не только затраты, но и получаемые доходы. Это очень важно, потому что облачные технологии способствуют не только сокращению затрат, но и получению дополнительных выгод. Возьмем, к примеру, разработку новых продуктов. Если, начиная новый проект, компания отдаст ИТ-инфраструктуру в публичное облако, вместо того чтобы строить ее с нуля, она сможет повысить гибкость работы и ускорить выпуск нового продукта на рынок. К тому же неизвестно, какой будет спрос на этот продукт. Если спроса не будет, а компания построила собственную ИТ-инфраструктуру, то непонятно, что с ней делать.

Но в целом, оценку эффективности затрудняет необходимость учитывать очень много различных факторов. Поэтому следует привлекать консультантов, основная задача которых — правильно расставить акценты. Ведь далеко не всегда можно копировать западные методики на российские реалии. Например, за рубежом значительная часть затрат приходится на зарплаты ИТ-сотрудников. Но у нас, особенно в регионах, эта доля гораздо меньше. То же самое с электропитанием — у нас проблема зачастую связана не с объемом затрат на электропитание, а с его доступностью.

Так что при реализации облачных проектов важную роль играют специалисты по консалтингу, которые есть у интеграторов и у вендоров. В частности, в этом году в российском офисе Citrix появилось консалтинговое подразделение, предостав-

ляющее заказчикам консультационные услуги по тем направлениям, по которым у партнеров еще нет необходимой экспертизы. Думаю, что основная загрузка этих специалистов будет связана с продвижением облачных технологий.

PC Week: В России услуги консалтинга традиционно не пользовались особым спросом. Есть ли сдвиги?

С. П.: Да, отношение к консалтингу меняется. Заказчики понимают, что прошли времена, когда все можно было делать самим. Продукты и проекты становятся все сложнее. И что отрадно, они даже понимают, что консалтинг — это вовсе не бесплатно. На фоне таких перемен сейчас активно развиваются консалтинговые практики у крупных вендоров, независимые консалтинговые фирмы. Услугами консалтинга от вендора пользуются в основном крупные компании, а небольшие предприятия работают с локальными системными интеграторами. Все вендоры стараются работать по иерархической структуре — партнеры, квалифицированные партнеры, сами вендоры. При переходе на следующую ступень иерархии растут цены и сложность проектов. Но бывают и смешанные варианты, когда партнер берет проект, а на какую-то его часть привлекает консультантов вендора.

PC Week: В чем состоит особенность облачной стратегии Citrix?

С. П.: Отличие нашей компании от других заключается в том, что в первую очередь мы смотрим на потребителя. В частности, именно на пользователей направлены разработки, связанные с персональным облаком. В такую категорию попадает то, что принадлежит частным людям — их информация, настройки, персональные и деловые приложения. Мы провели опрос сотрудников компаний из разных стран мира, оказалось, что порядка 42—45% респондентов используют на работе и дома как минимум три устройства. Задача Citrix заключается в том, чтобы обеспечить людям доступ к нужной информации с любого устройства из любого места и в любое время.

Важно также, чтобы пользователи и предприятия могли без проблем подключаться к облакам. В связи с этим наша облачная стратегия направлена на то, чтобы бесшовно интегрировать любое облако с любым другим облаком. Для этого предназначены программно-аппаратные решения, которые позволяют пользователям без проблем обращаться к приложениям, которые работают во внутренних, внешних и персональных облаках. В результате образуется единое адресное пространство, оптимизируется канал между облаками и обеспечивается защита данных с помощью шифрования.

PC Week: Какая технология шифрования при этом используется — российская или зарубежная?

С. П.: Сейчас применяется зарубежная технология, но Citrix инвестирует в адаптацию продуктов под требования российского

законодательства. Ведь чтобы получить сертификат уровня К1, должна быть реализована российская криптография. Для этого мы сотрудничаем с российскими производителями, в частности с компанией “КриптоПро” создаем совместное сертифицированное решение. На завершающей стадии находится сертификация комплекта XenDesktop 4.

PC Week: Облачные вычисления объединяют множество технологий и разные виды сервисов. На чем фокусируется ваша компания?

С. П.: На мой взгляд, наиболее перспективным является направление “ПО как услуга” (SaaS), так как есть сегменты рынка ИТ, в которых такие облачные услуги вне конкуренции, например видеоконференции, электронная почта. Мы уже работаем в области SaaS и входим в пятерку крупнейших провайдеров мира. На долю подразделения Citrix Online приходится порядка 25% общего оборота. Это направление быстро развивается, и его доля растет.

Кроме того, Citrix предлагает программно-аппаратные решения для построения публичных облаков и соединения публичных и частных облаков. При этом нам важно предлагать решения, которые не привязывают заказчика к облаку какого-то одного производителя. Поэтому мы участвуем в консорциуме OpenStack, являемся одним из ключевых и самых активных его членом.

В нашей линейке есть продукт XenDesktop для десктопной виртуализации. Такой сервис может предоставляться из облаков, для этого мы предлагаем заказчикам аренду лицензий. Это может быть выгодно компаниям, у которых плавающее количество сотрудников или неизвестно, как будет развиваться проект, а также провайдерам услуг настольной виртуализации, поскольку им нет смысла заранее покупать много лицензий и замораживать деньги.

PC Week: Какие из перечисленных вами направлений развиваются наиболее динамично?

С. П.: Быстрее всего растет аренда лицензий, но это новый сервис, поэтому рост идет с нуля. SaaS также на подъеме. Что касается аппаратно-программных решений для реализации облаков, то они сейчас активно применяются в Европе. Но и в России мы уже работаем с рядом заказчиков. Поэтому думаю, что облачные решения будут главными драйверами роста Citrix в текущем финансовом году.

PC Week: Каковы планы компании на ближайшее будущее?

С. П.: В этом году Citrix купила компании Cloud.com, Cortex и ShareFile, специализирующиеся в сфере облачных технологий. Это говорит о наших намерениях развивать решения для облаков.

Планы российского подразделения связаны с обучением партнеров, реализацией облачных проектов у заказчиков, повышением квалификации сотрудников и развитием консалтинга, направленного на продвижение услуг вместе с партнерами.

PC Week: Спасибо за беседу.

“Мы находимся в стадии, когда за дело берутся «новаторы»”

В облачной тематике явно намечился переход от этапа активного ее обсуждения к этапу практической реализации. В числе тех, кто задает тон, крупнейшие российские интеграторы, такие, например, как компания IBS, которая в июне нынешнего года анонсировала внутренний проект по переводу собственной ИТ-инфраструктуры на облачную модель. Одним из участников данного проекта стала IBS Platformix. С генеральным директором компании Георгием Полихрониди беседует 1-й заместитель главного редактора PC Week/RE Игорь Лапинский.

PC Week: На ИТ-рынке уже неоднократно возникали волны маркетинговой активности в связи с появлением каких-либо новых идей (Интернет как среда для бизнеса, ERP, SOA и др.), но волна, связанная с облачными вычислениями, обрела беспрецедентные масштабы. С чем, по-вашему, это связано?

ГЕОРГИЙ ПОЛИХРОНИДИ: Действительно, сейчас облачная тема стала одной из наиболее обсуждаемых, однако я не считаю, что объем и качество информации характеризуются какой-то беспрецедентностью. Скажем, тема “Интернет как среда для бизнеса” куда более “полезна” бизнесу, ведь “Всемирная паутина” обеспечила качественный скачок в развитии взаимоотношений с клиентами. “Облако” же предоставляет лишь возможность количественных изменений в эффективности, отказо-, катастрофоустойчивости и т. п. Вместе с тем тема перехода в облачные среды волнует игроков ИТ-рынка (производителей, дистрибьюторов, системных интеграторов, сервис-провайдеров), поскольку популяризация облачной концепции способствует тому, что изменяется модель потребления ИТ конечными заказчиками и, как следствие, трансформируются роли ключевых участников в цепочке поставщиков.

PC Week: Когда говорят о корпоративных структурах и переносе их ИТ-функций в облачную среду, речь, как правило, идет о частных облаках. Сейчас и аналитические компании прогнозируют опережающее развитие в России частных облаков по сравнению с публичными. В вашей практике сегодня много таких проектов в различной стадии проработки?

Г. П.: Во-первых, для оценки “опережения” необходимо разделять емкость рынка в натуральном и денежном выражении: для частных облаков характерно небольшое количество проектов и высокая совокупная их стоимость, а для публичных, наоборот — большое количество проектов и невысокая совокупная стоимость.

Во-вторых, облачные вычисления — еще молодое направление. Многие компании не решаются быть первопроходцами ввиду большого количества необоснованных рисков и недостаточности информации о практике внедрений. За один квартал мы получили более ста запросов, связанных с “облаком”, но большинство из них относится отнюдь не к созданию частных облаков, а к возможности повышения катастрофоустойчивости информационных систем и переносу некоторых ИТ-функций путем выделения ресурсов в виртуальном частном или в публичном облаке сервис-провайдера.

Тем не менее многие понимают важность и выгоду использования облачных технологий. А то, что не спешат их использовать, — это, на мой взгляд, правильно, поскольку тиражируемой экспертизы на рынке пока практически нет. Это подтверждается, в частности, тем, что в августе 2011 г. компания IBS стала



Георгий Полихрониди

первым партнером HP в России, специалисты которого прошли в центре компетенций HP во Франции обучение и сертификацию по внедрению HP Cloud-System Matrix.

PC Week: Модернизация ИТ-инфраструктуры в частное облако может потребовать дополнительных инвестиций. Не станет ли это серьезным препятствием для заказчиков в нынешней экономической ситуации, не исключая очередь урезания ИТ-бюджетов?

Г. П.: Инвестиции в ИТ для любой современной компании — процесс постоянный. Корректными показателями для сравнения в данной ситуации могут быть интегральные инвестиции в создание и поддержание ИТ-инфраструктуры в том состоянии, которое соответствует бизнес-задачам организации. Именно такой подход был использован при модернизации ИТ-инфраструктуры IBS. В нашем случае инвестиции в новую инфраструктуру оказались сопоставимы со стоимостью поддержки старой инфраструктуры всего за один год и составят менее 10% от совокупной стоимости владения новой ИТ-инфраструктурой. Кроме того, проведенная модернизация ИТ-инфраструктуры позволит IBS за пять лет вдвое сократить расходы на ИТ. Отмечу, что в расчетах учитывались расходы на оборудование, программное обеспечение, необходимую электроэнергию, полезные площади, зарплату сотрудников, обучение и пр. Напомню также, что IBS на сегодняшний день — это свыше трех тысяч сотрудников, которые активно используют более сотни различных приложений.

Конечно, это совершенно не значит, что в процессе расчета финансового обоснования для подобного проекта в другой компании мы получим такие же воодушевляющие на модернизацию значения. Однако принимая во внимание несомненную заточенность облачных технологий на большую отдачу от ограниченных ресурсов, можно не сомневаться: кривые совокупных инвестиций в непрерывное обеспечение бизнеса технологиями для новой и старой инфраструктур неизбежно пересекутся. И когда это произойдет, вопрос о необходимости перевода ИТ-инфраструктуры в облако просто не возникнет. Для нас этот момент настал в январе нынешнего года.

PC Week: По сравнению с частным облаком on-premises арендуемое виртуальное частное облако избавляет заказчика от капитальных расходов.

Но какой вариант сейчас вызывает больше интереса и как предпочтения могут измениться в перспективе?

Г. П.: Полностью избавиться от капитальных затрат не получится даже в случае использования виртуального частного облака. Вообще понятие “частное” означает, что заказчик приобретает определенную мощность, выделяемую только для него. В отличие от публичного облака частное гарантирует изолированность данных (а также их обработку и передачу) от данных другого заказчика. Частное облако on-premises, когда вычислительная инфраструктура располагается на территории заказчика, более всего отвечает требованиям безопасности и надежности, хотя и требует большего бюджета.

Есть мнение, что оптимальный вариант облачной инфраструктуры — это два облака-близнеца (основное и резервное), где основное располагается on-premises, а резервное — off-premises. Думаю, что в обозримом будущем в облака будут уходить именно по этой схеме. Кроме того, говоря о крупных компаниях, можно сделать прогноз, что будущее все же не за частными, а за гибридными облаками. Когда существенная часть ИТ-функций выполняется в частном облаке, а репликация осуществляется в публичном. При этом будет иметь место схема, когда частное облако строится на территории сервис-провайдера, у которого арендуется публичное.

PC Week: Для ИТ-специалистов заказчика облачный проект — это серьезный вызов. Что, по-вашему, является наиболее трудной задачей для них в таких проектах?

Г. П.: Согласен, вызов серьезный. Пожалуй, самое сложное здесь — обеспечить миграцию приложений, сохранив непрерывность бизнеса. Этот процесс требует участия высококвалифицированных специалистов, которых в компаниях зачастую нет, поскольку содержание такой экспертизы может быть необоснованно дорогостоящим.

PC Week: Вероятно, не каждому предприятию есть смысл приступать к строительству частного облака прямо сейчас. Где та граница, что разделяет “целесообразно” и “нецелесообразно”?

Г. П.: На самом деле провести черту и оставить под ней какие-то компании, например, по отраслевой принадлежности не получится, так как облачные принципы организации инфраструктуры полезны всем крупным игрокам. Теоретически возможна ситуация, когда расчет экономической целесообразности на ту же пя-

тилетнюю перспективу обеспечит паритет между старой и новой инфраструктурой. В этом случае нет смысла браться за создание чего-то нового. Однако руководители должны помнить, что подобное равенство будет нарушаться по мере физического устаревания компонентов существующей ИТ-инфраструктуры. Это вопрос времени.

PC Week: Есть все основания полагать, что переход к облачным технологиям — не временная тенденция. С вашей точки зрения, сколько времени потребуется, чтобы данная идея получила массовое воплощение, и какие условия для этого должны сложиться?

Г. П.: У меня нет никаких сомнений, что применение облачной архитектуры в недалекой перспективе станет мейнстримом. Если обратиться к концепции жизненного цикла продукта, то сейчас мы находимся в стадии, когда за дело берутся “новаторы”. Массового же паломничества в облака стоит ожидать года через три, не раньше.

При всей позитивной математике эффективности облачных внедрений для их популяризации есть масса сдерживающих факторов. Среди основных — нечеткое описание взаимодействия ИТ-департамента с другими отделами, отсутствие способности определять себестоимость ИТ-функций, а также низкая степень стандартизации и унификации облачных решений.

Первый фактор — нечеткое описание взаимодействия ИТ-департамента с другими отделами — означает, что компания не понимает структуру и объем потребления своих же ИТ-функций. В такой ситуации компания не сможет ни оценить выгоду от миграции в облако, ни понять, какое облако ей подходит лучше. Более того, компания не сможет эффективно перенести выполнение ИТ-функций в облако.

Второй фактор является следствием первого. Нечеткое понимание взаимосвязи структурных единиц компании на различных организационных уровнях приводит к затруднениям в расчете стоимости каждой ИТ-функции. Это, в свою очередь, влечет за собой некорректную оценку себестоимости оказываемых услуг или производимых товаров. Такая ситуация характерна для существенной доли российских компаний.

Третий фактор — низкая степень унификации и стандартизации облачных решений — пожалуй, наименее поддается влиянию. Вследствие этого у руководства многих компаний пока отсутствует понимание конкретных преимуществ и особенностей при переходе в облако, будь то частное, публичное или гибридное. Здесь, конечно, большую роль играет опыт “новаторов-первопроходцев”.

PC Week: Спасибо за беседу.



АЛЕКСАНДР МИКОЯН, генеральный директор HP в России

Сегодня мы можем наблюдать три модели построения ИТ-инфраструктуры предприятия: традиционную, частное облако, когда предприятие строит свою собственную инфраструктуру для предоставления внутренним потребителям ИТ-услуг по облачной модели, и публичное облако, когда предприятие получает ИТ-услуги от внешнего поставщика. Мы считаем оптимальной гибридную модель, в которой конкретные типы задач решаются подходящими инструментами одной из перечисленных моделей, что позволяет ИТ-службе динамично совмещать и управлять тремя подходами.

Например, из публичного облака предприятие может получать услугу электронной почты и дисковую емкость, из частного облака — бизнес-приложения и вычислительные ресурсы, а из традиционной модели — узкоспециализированные приложения и ресурсы для хранения конфиденциальной информации. Согласно исследованию, проведенному аналитическим агентством Coleman&Parkes, к 2012 г. 90% организаций будут использовать гибридную модель доставки ИТ-услуг.

Конвергентная инфраструктура с портфелем ПО HP Cloud Automation является самым полным решением по построению частных облаков, предоставлению услуг из общего облака HP. Кроме того, мы предоставляем полный комплекс услуг по планированию, строительству и поддержке облачных систем вместе с подразделением финансовых услуг HP.

Cisco UCS: эволюция архитектуры центров обработки данных

Cisco Unified Computing System (UCS) — это платформа для ЦОДов следующего поколения, которая объединяет вычислительные и сетевые ресурсы, доступ к системам хранения данных и средства виртуализации в единую систему. Новейшие разработки компании Cisco позволяют значительно снизить затраты на эксплуатацию ЦОДа и увеличивают операционную эффективность бизнеса. Решение Cisco UCS содержит инновации как в высокоскоростной сетевой инфраструктуре (unified fabric) на базе технологий 10-Gigabit Ethernet, так и в широко используемой архитектуре x86-серверов.

Cisco UCS подходит для компаний, стремящихся извлечь из своей ИТ-инфраструктуры конкурентное преимущество, иметь возможность полнее удовлетворять потребности как сотрудников самой компании, так и клиентов бизнеса. Инновации Cisco Systems многократно уменьшают количество времени, необходимого для внедрения новых сервисов в ЦОДе благодаря простой, гибкой и безопасной системе управления, которая предоставляет также функции миграции для виртуальных и не виртуальных систем. Архитектура Cisco UCS упрощает перенос профилей физических серверов: теперь конфигурация его LAN/SAN-соединений и I/O-элементов, встроенное ПО и профили сетевых соединений могут быть динамически присвоены любому физическому серверу в системе. Такая высокочастотная среда легко адаптируется для удовлетворения быстро меняющихся требований современного бизнеса.

Компоненты системы UCS

- Центральные коммутаторы UCS 6200 Series Fabric.
- Сетевые модули UCS 2200 Series Fabric Extender.
- Блейд-серверы UCS B-Series.
- Стоечные серверы UCS C-Series.
- Сетевые адаптеры Cisco UCS.

Центральные коммутаторы UCS серии 6200 Fabric Interconnect

Коммутаторы UCS серии 6200 сочетают функции коммутации трафика Ethernet и Fibre Channel с управлением системой UCS. При этом их архитектура предусматривает коммутацию на скоростях до 10 Гбит/с, без потерь пакетов и с крайне малыми задержками. Коммутаторы поставляются в корпусе 1RU с 20 портами или в корпусе 2RU с 32 портами.



Коммутатор UCS серии 6200 Fabric Interconnect

Основные характеристики:

- порты 10-Gigabit Ethernet SFP+, поддержка FCoE;
- универсальные порты (любой порт поддерживает подключения Gigabit Ethernet, 10 Gigabit Ethernet, 2/4/8G Fibre Channel), поддержка протоколов FCoE, iSCSI, NFS, CIFS;
- встроенная система управления UCS Manager;
- неблокируемая производительность;
- резервированные блоки питания и вентиляторы с “горячей заменой”;
- управление до 20 шасси на систему UCS.

Сетевые модули UCS 2208 Fabric Extender

Сетевые модули UCS 2208 предназначены для обеспечения связи между центральными коммутаторами и блейд-серверами. С их помощью упрощаются процессы диагностики, подключения кабелей и управления системой.

Основные функции:

- подключение блейд-шасси UCS к центральным коммутаторам (Fabric Interconnect);
- восемь внешних портов 10 Gigabit Ethernet SFP+ с поддержкой FCoE;
- до двух модулей на шасси для обеспечения отказоустойчивости и до 160 Гбит/с полнодуплексной производительности;
- встроенное управление шасси;
- управляется UCS Manager через центральный коммутатор;
- до 40 Гбит/с на один сервер.



Сетевой модуль UCS 2208 Fabric Extender

Блейд-серверы UCS (серия B)

Блейд-серверы UCS — это серверы архитектуры x86 на базе процессоров Intel Xeon. Они адаптируются под требования приложений, регулируют использование электроэнергии и обеспечивают лучшую виртуализацию среди устройств своего класса. Уникальная технология расширения памяти Cisco позволяет значительно увеличить объем



Блейд-сервер UCS (серия B)

памяти, что повышает производительность и пропускную способность для ресурсоемких приложений виртуализации и обработки крупных наборов данных. Кроме того, эта технология предлагает более экономичный вариант памяти для менее требовательных рабочих нагрузок. Линейка блейд-серверов Cisco включает четыре модели (Cisco UCS B200; Cisco UCS B250; Cisco UCS B440; Cisco UCS B230) и предлагает оптимальный выбор для решения любых задач, стоящих перед ИТ-инфраструктурой современного бизнеса. Независимо от того, какие задачи стоят перед той или иной компанией, центр обработки данных, постро-

енный с использованием блейд-серверов Cisco UCS, может стать конкурентным преимуществом.

Стоечные серверы UCS (серия C)

Стоечные серверы UCS имеют стандартное конструктивное исполнение и предназначены для работы в автономных средах и в составе среды унифицированных вычислений Cisco. Они поддерживают модель поэтапного развертывания с возможностью будущего перехода на унифицированные вычисления. Оптимизированная под требования клиентов компания линейка из пяти серверов позволяет найти подходящее решение как для виртуализации, так и для крайне ресурсоемких бизнес-критичных задач.



Стоечный сервер UCS (серия C)

Преимущества Unified Computing System

Встроенное управление системой. Все компоненты Cisco UCS поставляются со встроенным микропрограммным обеспечением, которое позволяет управлять работой устройства с помощью Cisco UCS Manager. Администраторы сети, системы хранения данных и серверов могут работать с графическим пользовательским интерфейсом или интерфейсом командной строки системы Cisco UCS Manager либо используя документированный набор функций XML API из существующей корпоративной системы управления ЦОДа.

Внедрение приложений с использованием сервисных профилей. ПО UCS Manager реализует концепцию управления на базе ролей и политик с использованием сервисных профилей и шаблонов. Информация о параметрах системы электропитания, охлаждения, физической безопасности,

а также о состоянии оборудования, о конфигурации сетевой среды и сети хранения данных содержится в сервисном профиле. Использование сервисных профилей позволяет снизить время внедрения приложений с нескольких дней до нескольких минут.

Объединенный транспорт. Разработанная Cisco Systems технология консолидированной сети (unified fabric) на базе стандартов Data Center Bridging и Fibre Channel over Ethernet позволяет значительно снизить затраты на элементы сетевой инфраструктуры (сетевые адаптеры, коммутаторы LAN, SAN, сетевые кабели и т. п.). Можно отказаться от использования коммутаторов в составе блейд-серверов, поскольку сетевые модули шасси обеспечивают транзит трафика от серверов через централизованную фабрику коммутации, где трафик обрабатывается и ком-

мутируется по назначению. Унифицированная фабрика коммутации строится на базе технологии 10-Gigabit Ethernet со стандартными кабельными соединениями. При изменении типа подключения сервера к сети нет необходимости в установке дополнительных адаптеров и прокладке новых кабелей.

Поддержка технологии виртуализации (VN-Link). Технология Cisco VN-Link расширяет границу сети до виртуальной машины, стирая различия в управлении сетевой инфраструктурой для физических и виртуальных серверов. Теперь все сетевые соединения настраиваются и управляются централизованно, без выделения дополнительного уровня коммутации для виртуальных сред. Конфигурации портов ввода-вывода и сетевые политики перемещаются между виртуальными серверами и в результате их эксплуатация становится более эффективной.

Виртуализированный адаптер Cisco VIC. Виртуализированный адаптер Cisco VIC позволяет получить на одном двухпортовом конвергентном адаптере до 116 виртуальных адаптеров, каждый из которых представлен PCIe-функцией. Таким образом, операционная система “видит” виртуальные адаптеры как физические. Для виртуальных адаптеров можно гарантировать полосу пропускания: если в данный момент требуется большая полоса, чем гарантировано системным администратором, то не используемая в этот момент часть полосы может быть динамически перераспределена.

Технология расширения памяти Cisco. Технология Cisco позволяет увеличить в четыре раза (до 48) количество разъемов для установки модулей памяти DIMM по сравнению с классическими двухпроцессорными серверами архитектуры x86 при сохранении рабочей частоты 1333 МГц. В результате значительно повышается производительность серверов, особенно при работе в виртуальных средах.

Современная производительность. В решении Cisco UCS используются блейд-серверы, построенные на базе процессоров серии Intel Xeon 5600, 6500, 7500 и E7. Эти многоядерные процессоры интеллектуально регулируют производительность серверов в соответствии с требованиями приложений, увеличивая её, когда нужно, и существенно экономя энергопотребление в период простоя. Для более точного управления серверами все параметры могут быть настроены вручную.

Энергетическая эффективность. Компоненты решения Cisco UCS были спроектированы с учетом требований создания “зеленого” ЦОДа. Упрощенная архитектура системы и дизайн шасси позволили примерно на 50% сократить количество элементов, для которых необходимо электропитание и охлаждение, по сравнению с классическими средами блейд-серверов.

Поиск...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 19

мерно одинаков. А вот для заказчиков облака — пока только абстрактный сервис, а не привычное оборудование или ПО, которое можно “пощупать” и сразу оценить инвестиции. Многих руководителей настораживает отсутствие требуемого качества услуг, беспокоят вопросы безопасности, сохранения спроса на услуги собственного ИТ-департамента. Безусловно, это страхи, связанные с новизной технологии, с одной стороны, и с вопросами законодательного регулирования — с другой. Сегодня лишь единицы СIO-новаторов готовы инвестировать облака, понимая все преимущества нововведения.

С тем, что большинство компаний весьма вольно трактуют понятие cloud computing, полностью согласен Евгений Ку-

чик: “Стараясь продемонстрировать, что и их продукты находятся в тренде, на острие прогресса, они называют облачными все сервисы, которые предоставляются удаленно. При этом упускается из виду одна из главных особенностей облачных вычислений — прозрачность для пользователя масштабируемость. Крайне важный аспект, присущий “настоящему” облаку, — оплата за фактическое использование ресурсов, т. е. гарантированная эластичность для потребителя ИТ-сервиса. На самом деле этот акцент был изначально, как только появился сам термин “облако”, однако постепенно он вышел из фокуса. Теперь любой ЦОД, что, в каком формате и на какой платформе он ни представлял бы в доступ, называют облачным. Может быть, это и правильно в перспективе, но на сегодня облако — это не хостинг вообще, а хостинг в определенной модели. Результат — дезориентация

пользователей, не искушенных в вопросах технологии. Облачный ликбез является одной из самых насущных задач российского cloud-сообщества”.

С такой постановкой вопроса солидарен и Вячеслав Медведев: “Сейчас распространены попытки назвать термином “облако” любой способ абстрагирования ИТ-сервисов от инфраструктуры, на которой они работают. Частные облака — облака “для внутреннего пользования” — предлагаются большинством вендоров оборудования и ПО. От публичных они обычно отличаются отсутствием одной или нескольких пользовательских характеристик из определения NIST. Внедряя подобные решения, следует отдавать себе отчет, чем же они отличаются от настоящих облаков и насколько такой компромисс приемлем и целесообразен. Заказчики справедливо полагают, что облако — это возможность не иметь сво-

ей инфраструктуры и все равно получать необходимый ИТ-сервис. Очевидно, что такая постановка допускает множественные толкования. Необходимо глубже вникнуть в суть задачи заказчика. Возможно, построение облака — это не то, что ему нужно”.

Андрей Кутуков также говорит о различиях в понимании облачной тематики: “Каждая организация вкладывает сюда свой смысл, и каждый вендор старается привнести свою трактовку, чтобы иметь возможность оказать влияние на формирование рынка облачных вычислений и дифференцировать себя от других поставщиков технологий и услуг. Это нормальное явление, но, к сожалению, сегодня облачные вычисления основываются на маркетинговой теории и имеют мало примеров успешной реализации проектов на практике. Чтобы заказчики поверили в их эффективность, необходимо демонстриро-

“Проблема в дефиците предложений, а не в их стандартизации”

Несмотря на имеющиеся сложности, эксперты прочат активное развитие облачной модели ИТ-архитектуры. Главный архитектор комплексных решений компании “Астерос” Владимир Бедрак рассказывает научному редактору PC Week/RE Валерию Васильеву об опыте своей компании в построении облачных ИТ-сред.

PC Week: Что останется, если отделить от облаков виртуализацию, с которой, они начинаются?

ВЛАДИМИР БЕДРАК: ИТ-облако представить без виртуализации невозможно. Эта технология составляет две трети сути облачных вычислений, с нее начинается пул характеристик, определяющих подобные проекты. Виртуализация позволяет отделить облачные технологии от конкретных аппаратных платформ, объединить вычислительные ресурсы и ресурсы хранения данных в единый пул, распределить их между приложениями, действующими как виртуальные машины.

Оставшуюся треть составляют автоматизированные инструменты самообслуживания пользователей. Они позволяют с минимальными затратами настраивать сервисы в соответствии с потребностями пользователей.

PC Week: Что принципиально изменилось в проектной жизни системных интеграторов с приходом облаков?



Владимир Бедрак

В. Б.: В проектной деятельности интеграторов принципиальных изменений не произошло. Изменились маркетинговые подходы к проектам. Используя облачную платформу, мы меняем и совершенствуем интеграционные проекты так, чтобы уйти от плохо кастомизированных решений и предоставить заказчикам более цивилизованные методы управления ИТ.

PC Week: Что в облачной парадигме потребления ИТ-ресурсов является самым сложным для провайдеров сервисов?

В. Б.: Основная сложность заключается не в технической, а в бизнес-стороне деятельности. Ввиду незрелости рынка облачных технологий, сомнений заказчиков в новых сервисах провайдеры ищут пути развития отноше-

ний с клиентами. Они стремятся гарантировать качество своих сервисов, учесть требования действующих законов, но при этом опасаются брать на себя бизнес-риски в виде возможных финансовых потерь пользователя.

С технической точки зрения остается открытым вопрос построения качественных каналов передачи данных. Сервис-провайдеры должны тесно сотрудничать с интернет-провайдерами либо брать их функции на себя.

PC Week: А кто в стане заказчиков сегодня более заинтересован в облачных сервисах? К кому провайдеру имеет смысл обращаться со своими предложениями?

В. Б.: Обращаться нужно непосредственно к бизнес-руководству компаний. К сожалению, сегодня ситуация такова, что лишь единицы СЕО-новаторов готовы инвестировать в облака, понимая все преимущества нововведения.

PC Week: А достучаться-то до бизнес-руководства ИТ-провайдером сегодня удается?

В. Б.: Многое зависит от сути предложения и заинтересованности представителя бизнеса. Разговаривать целесообразно с бизнес-ориентированными заказчиками. Прежде всего, это владельцы частных компаний. Руководители государственных организаций и предприятий ориентированы на выделенные

ИТ-бюджеты, а не решение бизнес-задач в целом. Уверен, пусть и позже, чем в коммерческих компаниях, облака со временем придут в госструктуры, как пришли многие другие новации.

PC Week: Что в облачной парадигме является самым сложным для потребителя ИТ-ресурсов?

В. Б.: Основная проблема — это психология “перехода”. Заказчику сложно решиться на новый способ использования ИТ-ресурсов, тяжело внутренне перестроиться. Стоит отметить, что и технически процесс перехода от традиционной ИТ-инфраструктуры к облачной непрост. Необходимо не только оценить риски перевода бизнес-сервисов, составить детальный план перехода, выделить этапы и зоны ответственности интегратора и заказчика, но и правильно выбрать решения с учетом требуемой функциональности, развернуть платформу виртуализации и интегрировать между собой все необходимые компоненты.

PC Week: Чем принципиально облако, построенное на продуктах одних облачных вендоров, отличается от облаков, построенных на продуктах других?

В. Б.: Вендоры по-разному подходят к развитию тех или иных облачных направлений. Например, компания Microsoft очень активно работает над созданием глобального публичного облака, разрабатывая, на наш взгляд, более полный спектр продуктов —

Server Management Suite Datacenter, Server Management Suite Enterprise, VDI Suite, служба Microsoft Office 365 и другие платформы Microsoft Azure.

При этом такие компании, как HP или IBM, не ставят своей целью разрабатывать конкурирующие продукты, а наоборот, производят оборудование и софт, которые интегрируются в эту глобальную облачную среду.

Решения для частных облаков разных вендоров на функциональном уровне примерно одинаковы. То есть при правильном моделировании и развертывании принципиальной разницы между ними нет. Главное их отличие, как правило, заключается в стоимости. Но, скорее всего, при дальнейшем развитии облачных технологий и это различие сойдет на нет.

PC Week: Грозит ли потребителям облачных ИТ вендорозависимость?

В. Б.: Для нынешней России актуальным является другой вопрос — наличие поставщика облачных услуг в регионе заказчика. У российских компаний может возникнуть зависимость от провайдера из-за дефицита предложений в регионах. В первую очередь нужно говорить о количестве и качестве сетей доступа на местах. Сегодня проблема в отсутствии выбора, в дефиците предложений, а не в их стандартизации.

PC Week: Благодарю за беседу.

вать реальные примеры и на деле доказывать людям преимущества такого подхода. На наш взгляд, не все игроки рынка до конца понимают возможности, которые предоставляют облачные технологии”.

“Сейчас тематика облачных вычислений находится “на флаге” у всей отрасли. Есть примеры очень успешных внедрений с точки зрения как ИТ, так и влияния на бизнес, — уверен Андрей Вакатов. — И в любой тематике, которая переживает этап бурного развития, нет четкого и однозначного понимания. Ведь новые технологии и концепции не рождаются на пустом месте, а базируются на других технологиях, которые уже хорошо известны и понятны рынку. Сопричастность к этим, назовем их базовыми, технологиям многим позволяет заявить о том, что они предоставляют облачные вычисления, при этом удовлетворяя одному-двум пунктам из прозвучавшего здесь определения. По другую сторону находятся компании, которые видят в облаках не только современный и перспективный инструмент для решения определенных задач, но и некий абсолют, который со временем поглотит все существующие вычисления, переведя их в облако. Все сказанное об отношениях вендоров и поставщиков в равной степени можно отнести и к заказчикам. Но когда заказчик и поставщик начинают общаться в терминологии IaaS, PaaS и SaaS, то можно заметить, что поставщики больше акцентируются на первой букве из этих определений, а заказчики на последней. Этот разрыв будет сохраняться еще некоторое время, но компании-поставщики будут все более приближаться к позиции заказчиков, и тот, кто будет двигаться быстрее, получит конкурентное преимущество”.

Дмитрий Торшин, генеральный директор компании “Юниклауд” (ГК “АйТи”), считает, что термин “облако” применяется к различным явлениям потому, что по сути является обобщением: “Он обозна-

чает целый класс подходов и решений, подобно тому, как, например, автомобилем можно назвать и кабриолет, и семейный трейлер, и грузовик. Всё это — автомобили, у них много общего, но каждый из них имеет свои особенности. Аналогично и с облаками: они бывают частными и публичными, с предоставлением низкогоуровневых сервисов вроде вычислительной мощности и с услугой для конечного потребителя в виде комплексного сервиса, включающего техническую поддержку, программный продукт, хостинг и что-либо еще. Облака могут быть предназначены для предприятий и предоставлять качественно новый подход к организации ИТ-инфраструктуры, но в то же время облака — это и привычные нам сервисы социальных сетей, почты на “Яндексе”, Google, Yahoo и где угодно еще. Наконец, некоторые услуги, которые существовали еще до широкого распространения термина “облака”, оказались как раз облачными, и это не противоречие, а лишь констатация того факта, что многие из нас уже давно пользуются облаками”.

Можно ли и нужно ли отделять облачные “дела” от не облачных

“Когда мы говорим про облачные услуги, то это те услуги, которые заказчик получает в нужном объеме, в нужное время, в нужном месте, платит за объем потребленных услуг и не задумывается о том, как происходит их доставка, — так на этот вопрос ответил Андрей Кутуков. — Сегодня облачные технологии часто сравнивают с электричеством. Поэтому смело можно сказать, что облачные технологии станут электричеством XXI века”.

“Хостинг, Application Service Providing (ASP) — всё это термины из предыдущего шага по сближению поставщиков услуг и заказчиков, — отмечает Андрей Вакатов. — Провайдер использует их,

ПРОДОЛЖЕНИЕ НА С. 26 ►

БОСС
КАДРОВЫЕ СИСТЕМЫ

БОСС КАДРОВИК БЕСПЛАТНО?!!

Решите свои проблемы с кадровым учетом навсегда
Лучшая программа для работы с персоналом
БОСС-Кадровик Express.
Скачайте и используйте прямо сейчас

www.bosshr.ru
Телефон: +7 (495) 225-02-75
Факс: +7 (495) 225-02-76

RP server
Сделано на платформе RP Server

Поиск...

◀ ПРОДОЛЖЕНИЕ СО С. 25

чтобы предлагать заказчику услуги на привычном для него языке. Появление “облачности” в этих определениях говорит о переходе понимания заказчика на новый уровень абстракции и об удалении от непосредственной инфраструктуры или приложения. Услуга, предоставляемая заказчику, для него выходит из канала связи, а сама она выполняется в некоем абстрактном облаке, местонахождение которого не играет для заказчика или пользователя первостепенной роли. Теперь, заказывая инфраструктурные ресурсы, клиент оперирует их мощностью, масштабируемостью и доступностью, а не конкретными серверами и системами хранения, расположенными в конкретных ЦОДах, как ему предлагалось раньше (отличие хостинга от IaaS). Решая свои задачи, заказчик оперирует функционалом, удобством использования уже готового решения, а не платит провайдеру просто за предоставление какого-то программного продукта на ресурсах того или иного провайдера (отличие ASP от SaaS).

Дмитрий Торшин акцентирует внимание на том, что общим же для всех облаков является предоставление услуги, а не просто программного продукта, с которым пользователь работает самостоятельно. Но не каждая услуга является облачной: “IaaS обычно обозначает более широкое понятие, чем традиционный хостинг. По сути IaaS — это улучшенный хостинг, практически любой хостинг можно назвать “простым” IaaS. Более того, некоторые хостинговые компании просто переименовали свои услуги хостинга в услуги “облачного хостинга”, и на этом изменения закончились. Однако IaaS развивается, и мы видим все более интеллектуальные и гибкие решения, которые традиционный хостинг предоставить не может. Так, у Amazon в США и в ряде российских предложений появилась возможность динамически менять объем потребляемой вычислительной мощности. Это позволяет потреблять именно тот объем услуги, который нужен пользователю, и оплачивать полученный объем услуг по факту потребления, а не выбирая заранее объем мощностей, который потом не будет востребован”.

А Юрий Ларин считает, что хостинг входит в облачное понятие: “Облако предполагает либо более качественное использование ресурсов в ЦОДе компании (частное облако), либо использование вычислительных ресурсов на стороне (аутсорсинг). В последнем случае это публичное облако, включая хостинг. Все, что попадает в эти две (весьма широкие) категории, можно называть облачными проектами и услугами”.

Дмитрий Хороших считает, что для отделения облаков от “необлаков” пригодится определение NIST: “IaaS более широкое понятие, чем хостинг. Так как IaaS подразумевает возможность создания именно виртуальной инфраструктуры, вы можете создать кластер серверов, подключить к ним виртуальный диск, создать виртуальный firewall, сервер для внешнего доступа в рамках виртуальной инфраструктуры. Хостинг таких возможностей не предоставляет”.

Тему виртуализации развивает Валерий Корниенко: “Говоря об облаках, мы опираемся на три показателя — виртуализацию инфраструктуры, стандартизацию сервисов и автоматизацию предоставления услуг. Если все показатели представлены, то проект можно назвать облачным, если хотя бы один отсутствует, то нельзя. Например, Application Service Providing — это обслуживание приложений, а SaaS — предоставление самих приложений как сервисов. Главное отличие частного облака от публичного в том, что оно размещается внутри ИТ-служб предприятия и услуги предоставляются от ИТ-подразделения к внутренним заказчикам”.

Конечно, виртуализация — сегодня практически обязательное требование при создании облачной инфраструктуры, но, как считает Святослав Игнатьев, проблема заключается в том, что пока чаще всего под облаками понимаются банальные технологии виртуализации, внедрение которых часто идет под маркой облачного проекта. Развивая эту мысль, он говорит: “В целом заказчики сегодня разделились на тех, кто постепенно начинает разбираться с терминологией и самой технологией, и на тех, кто не готов говорить и тем более внедрять облачные сервисы. Например, нужно понимать, что разница между хостингом и IaaS существенна. Если в случае хостинга клиент оговаривает и согласовывает конкретные параметры оборудования, которые ему будут предоставлены, то во втором случае он об оборудовании абсолютно ничего не знает. При предоставлении инфраструктуры как сервиса для заказчика имеют значение только параметры SLA, которые и оговариваются. Одно из фундаментальных отличий “облачности” состоит в том, что, продавая облака, провайдер предлагает даже не услугу, а продает именно SLA. Облака — это SLA в чистом виде! И основным критерием при выборе облачного провайдера для клиента должны служить именно зрелость, качество внутренних процессов, наличие современной методологии и готовности обслуживать SLA. Запустить платформу виртуализации на некоем “железе” — это 10% дела, остальные 90% — обеспечить качественную работу сервисов. А это в первую очередь вопрос зрелости компании-провайдера и её внутренних процессов”.

Владимир Бедрак также использует для примера хостинг и IaaS: “Единственное различие между ними в скорости реакции от возникновения потребности до получения услуги. Если заказчику потребовались серверные мощности и он обращается к хостинг-провайдеру, то сначала ему придется заключить договор, заказать серверы, оплатить и дождаться поставки. Обычно на это уходит шесть-восемь недель. Но если он обращается к поставщику IaaS, то серверные мощности могут быть выделены за два-три дня. В этом случае исключается важная составляющая — ожидание, потому что у поставщика IaaS все ресурсы подготовлены заранее”.

Сергей Халяпин поясняет различия так: “ASP и SaaS в принципе означают одно и то же, но для каждого есть свои нюансы. Что-то можно отнести, скажем так, к более облачным решениям, а что-то — к более традиционным. Но все равно во многих случаях имеются в виду одни и те же вещи. Чтобы понять разницу между ними, нужно пообщаться с поставщиком. Есть базовые вещи, которые теоретически могут отделить ASP от SaaS. Например, считается, что SaaS — это предоставление услуг самим вендором программного обеспечения, а ASP — промежуточным поставщиком, который разворачивает традиционное ПО у себя на своих мощностях и предоставляет его в аренду. SaaS работает, фактически только используя браузер, а в случае ASP может потребоваться установка ПО на компьютер клиента. Но в целом можно считать, что SaaS это некая форма развития ASP”.

Евгений Кучик развивает мысль, уже высказанную им выше: “Различие между истинно облачными и необлачными услугами заключается прежде всего в гибкости и эластичности доступных пользователю ресурсов. Например, хостинг зафиксирован в определенных рамках, его параметры жестко заданы на этапе заключения договора на обслуживание. Некоторые из этих параметров могут варьироваться, мы можем переходить с одного тарифного плана на другой. Но добиться того, чтобы объем оплачиваемых ресурсов был всегда синхронизирован с нашими фактическими потребностями, в рамках классического хостинга мы не сможем. Вооб-

ще любым понятиям свойственна трансформация по мере развития отрасли. Сегодня следует просто удалить из обихода устаревшие термины и оставить три ключевых — IaaS, PaaS, SaaS. Именно эти три уровня определяют границы самостоятельной управляемости ресурсами и соответственно границы получаемого готового сервиса от провайдера”.

Вячеслав Медведев также считает, что облачные решения от предложений иного рода отличаются в первую очередь гибкостью и масштабируемостью. Гибкость в сочетании с самообслуживанием позволяет заказчику получать именно тот уровень сервиса, который необходим “здесь и сейчас”. Не нужно снова заключать договор, рассматривать возможность выделения дополнительных ресурсов и т. п. Масштабируемость (в облаке она обычно горизонтальная) позволяет строить действительно большие приложения на облачных инфраструктурах. Традиционный хостинг виртуальной машины или сервера не способен на такое”.

Текущая ситуация с облаками в России и перспективы ее развития

“В России постепенно развиваются сегменты частных, виртуальных частных и публичных облаков, — констатирует Дмитрий Хороших. — Первые два связаны с тем, что многие ИТ-директора осознали необходимость сокращения затрат на обслуживание своей инфраструктуры и те выгоды, которые им дают облака. Сложность заключается в том, что для осознания выгоды облачной инфраструктуры перед обычной на проект необходимо смотреть в перспективе нескольких лет, что в России делают пока немногие. Это абсолютно нормальная ситуация, в мире всё развивалось по тому же пути, мы отстаем на два-три года. Развитие публичных облаков в России связано с появлением множества прорывных стартапов, которые предлагают малому бизнесу услуги высокого качества. Сейчас с помощью облачных сервисов можно организовывать совместную работу, вести управленческий учет, сдавать налоговую отчетность, участвовать в видеоконференциях, и все это в полном соответствии с российскими законами и стандартами. Этот рынок еще имеет огромный потенциал роста”.

По мнению Валерия Корниенко, общемировая ситуация может быть описана кривой зрелости новых технологий компании Gartner: “В мире интерес к облачным технологиям уже прошел через пик и сейчас идет вниз: появляется понимание, что это не панацея от всех бед — как и у любой технологии, у облаков есть свои плюсы и минусы. Через какое-то время пройдет и пик разочарования, и облачные технологии станут нормальным коммерческим приложением, которое будет использоваться повсеместно. В России же мы все еще находимся на пике интереса. Локальные компании строят облака и говорят о них повсеместно”.

“Очевидно, что ситуация развивается по обе стороны баррикад: спроса и предложения, — считает Святослав Игнатьев. — С одной стороны, потенциальные облачные провайдеры довольно быстро выйдут на общемировой уровень понимания всех технологий и процессов. С другой стороны, налицо незрелость рынка облачных сервисов в целом. Топ-менеджмент даже самых крупных компаний не всегда готов к разговору о переходе в облака. Но это вполне закономерно для столь молодого сегмента, каким являются облачные услуги”.

В свою очередь Владимир Бедрак считает, что в России четкой тенденции в сфере облачных вычислений пока нет: “Основной интерес сегодня проявляется на уровне Enterprise. Как показало недавнее исследование коммерческих ЦОДов, облачными сервисами пользуется около 20% крупных клиентов российских дата-центров. В целом же картина

двойкая — одни компании ждут, пока модель получит широкое применение, и только потом будут перенимать опыт “соседа”. Другие же, склонные к экспериментам, предпочитают изучать плюсы и минусы на своем опыте”.

Свое видение ситуации представил и Сергей Халяпин: “Облачные вычисления в России развиваются повсеместно, многие крупные компании уже развернули собственные ЦОДы и по сути создали внутренние облака. А вот компании среднего размера пока боятся выходить на облачный рынок либо используют облачные ресурсы, расположенные за пределами нашей страны. Мы считаем, что основным потребителем облачных вычислений сейчас станет госсектор — он будет развивать программы электронного правительства и государственного облака. К облакам обратятся также средний и малый бизнес с целью снизить издержки на оборудование и программное обеспечение. Облака в стране уже есть, но как они будут развиваться, зависит от развития законодательства, а также от лицензионной политики многих поставщиков программного обеспечения”.

“Облачные вычисления в России находятся в самом начале своего развития, — констатирует Евгений Кучик. — Сформировался определенный спрос на cloud-технологии, который в полной мере не удовлетворяется существующим на рынке предложением. Недостаток конкуренции негативно влияет на качество предоставляемых услуг, и эта проблема должна быть преодолена максимально быстро. Несовершенные решения формируют негативный имидж самой технологии и способны задержать развитие этой исключительно перспективной ИТ-сферы. Но в любом случае ближайшие годы станут временем взрывного роста интереса к облачным вычислениям. Сейчас главное — суметь преодолеть недоверие потенциальных клиентов”.

“Мы, как всегда, отстаем от передовых в плане ИТ стран, — отмечает Вячеслав Медведев. — Связано это со сравнительно меньшей развитостью у нас среднего и малого бизнеса и с законодательными ограничениями. Но преимущества облачных технологий для пользователя столь значимы, а сама модель столь естественна, что ее распространение в России является делом времени”.

По мнению Андрея Кутукова, сейчас наступил момент, когда заказчики и вендоры готовы перейти от теории к практике: “Хотя по ряду показателей наиболее развитыми в смысле использования облачных вычислений сегодня являются рынки США и Западной Европы, исследования показывают, что в России наметилась тенденция к росту использования облачных услуг. За отсутствием наглядных примеров на российском рынке заказчики к этой модели относились с опаской, но сейчас уже существует ряд успешных облачных проектов”.

“Рынок постепенно насыщается базовыми сервисами для массового доступа к облакам, — утверждает Андрей Вакулов. — Поставщики будут расширять перечни услуг, относящихся к IaaS и PaaS, повышая их доступность и устойчивость. Талантливые программисты, которых немало на российском рынке, будут занимать все новые ниши своими SaaS-продуктами как для предприятий различных секторов, так и для простых обывателей”.

Существенную роль в развитии рынка облачных сервисов Дмитрий Торшин отводит государству: “Приятно осознавать, что законодательство в России в настоящее время меняется и адаптируется для лучшего развития рынка облачных сервисов. Снятие противоречий и чуть более точное регулирование основных правил предоставления облачных услуг государством, безусловно, повысит доверие потребителей к данному, пока еще новому, виду ИТ, что позволит рынку расти все более высокими темпами”.

Облака: что должен знать каждый СЮ

РОДЖЕР КАМРАСС, СЬЮЭЛ БИДАНИ

ИТ всегда находятся на переломе край существующих изменений, и облака не представляют исключения. Они обладают многими признаками новой сверхтенденции ИТ-рынка: много рекламного шума, множество тех, кому непонятно происходящее и десятилетний период ожидания, когда в полной мере станет заметен эффект.

Однако в отличие от прежних сверхтенденций облака, похоже, — это не просто еще один шаг вперед, имеющий стратегическое значение. Они вполне могут сыграть столь же революционную роль, какую сыграли печатные СМИ в истории западной цивилизации. Облака предоставляют уникальную возможность виртуализировать практически любые аспекты корпоративной деятельности, начиная с ИТ. Это открывает перед вами редкую возможность пересмотреть свою роль в качестве СЮ и решительно повлиять на способность вашей организации создавать ценности.

Используя облако, вы можете включить в зону своей ответственности широкий набор сервисов и в конечном итоге формирование архитектуры всей структуры бизнеса. Чтобы добиться этого, нужно быть проактивным в освоении облака, хотя главная проблема по-прежнему заключается в сроках. Разобраться в неопределенной ситуации вам поможет принцип “прислушиваться и реагировать”. Для проведения его в жизнь создайте в своем ИТ-подразделении “инкубатор”, чувствительный к спросу и к появляющимся возможностям его удовлетворения.

Как СЮ, вы можете использовать один из двух подходов к перестройке своей ИТ-среды. Скажем, можно управлять всеми общедоступными сервисами, включая те, которые относятся к управлению ИТ, к финансам, закупкам и кадрам. Или же сосредоточиться на трансформации бизнеса в целом, играя роль “архитектора бизнеса” либо “директора по оптимизации” и помогая генеральному директору создавать более четко ориентированные подразделения, которые будут использовать инструменты электронного бизнеса и оценивать их влияние на стратегию, структуру и процесс работы. Это открывает огромные возможности для СЮ, если он сумеет ими воспользоваться.

СЮ как проводник инноваций

Руководители ИТ-подразделений находятся в самом сердце бизнеса, поскольку они являются проводниками инноваций. Сначала облако затронет ваше ИТ-подразделение. Но затем его эффект распространится не только на инфраструктуру, но и на ПО, а в дальнейшем и на все бизнес-процессы организации и элементы, являющиеся ключевыми при создании ценностей.

Быстрота и гибкость — вот два главных принципа деятельности виртуальной корпорации 21-го века, как видит ее компа-

ния Wipro Consulting. Применение этих принципов предполагает передачу внешним операторам коммунальных вычислений всего, что не относится к основной деятельности, и облака — прекрасная платформа для этого. Перенеся большую часть бизнес-процессов в публичные или частные облака, мы можем представить себе виртуальную корпорацию, которая занимается почти исключительно развитием собственного бренда, формулирует требования к своему продукту и заключает альянсы с другими компаниями. Звучит знакомо? Это как раз то, чем уже многие годы занимаются Coca-Cola, Dell и Cisco.

Провайдеров облачных сервисов можно условно разделить на четыре группы.

1. Сети, обслуживающие частных лиц, такие как Google и Amazon, которые, обладая избыточной вычислительной мощностью, стремятся найти новые источники прибыли.

2. Традиционные производители ИТ-продуктов, например IBM, HP, Microsoft, AT&T.

3. Интеграторы сервисов, которые собираются сформировать новую среду.

4. Нишевые игроки, считающие, что для них открываются новые возможности в таких областях, как обеспечение безопасности и посредничество при использовании сервисов.

По нашему опыту, немногие компании демонстрируют всеобъемлющее использование облака для удовлетворения даже элементарных внутренних ИТ-потребностей — вычислений, хранения, обслуживания рабочих мест. СЮ озабочены обеспечением безопасности, технической интеграции, приемлемого уровня обслуживания и соблюдения требований регуляторов по защите данных. Если не считать некоторые хорошо известные истории успеха, они рассматривают облако просто как средство перехода от модели CAPEX (которая ассоциируется с фиксированными ИТ-активами) к OPEX (плата за реальное использование). Расходы на облака остаются минимальными.

Недавно мы провели опрос среди ИТ-директоров по поводу их расходов на облачные ИТ-сервисы. Только пятая их часть сообщила, что они выделили свыше 10% бюджета на облака. Почти половина — менее 2%. Что заставит вас изменить свою позицию относительно освоения облака? Первое место среди ответов в ходе нашего неформального опроса занял такой: ускоренная реализация инициатив в области бизнеса. Опрошенные нами руководители ИТ-подразделений заинтересованы в переориентации капитальных затрат в области ИТ на операционные нужды. Они предусматривают бесконечное наращивание объемов хранения и вычислительной мощности, а также повышение гибкости ИТ. Рассматривают создание условий для коллективной работы в качестве

актива и видят большие преимущества в сочетании облака и мобильности. Большинство из них ожидают, что в ближайшие пять лет использование облаков вырастет на 40—50%.

Облачная стратегия: прислушиваться и реагировать

Проблема, стоящая как перед поставщиками ИТ, так и перед их корпоративными клиентами, заключается в плавном переходе на новую “виртуальную” среду и получении от этого ощутимых преимуществ.

Мы рекомендуем использовать адаптивный подход на основе философии “прислушиваться и реагировать”, основоположником которой является Стивен Перри, выпустивший книгу под таким названием (Stephen Parry. Sense and Respond). Эта философия предусматривает создание групп бизнес-аналитиков, стимулирующих спрос и фиксирующих его рост. Мы называем такой подход “облачным инкубатором”, который может прислушиваться и реагировать на проявление заинтересованности на обоих полюсах — в области спроса (бизнес-клиенты) и предложения (провайдеры облаков).

Мы также считаем, что проактивная, но тщательно продуманная облачная стратегия включает следующее:

- виртуализацию серверов и ЦОДов в ожидании перехода к получению вычислительной мощности и хранению “по запросу” на основе новых соглашений с вендорами;
- тестирование предоставляемых публичными облаками сервисов во второстепенных областях применения ИТ, таких как общие офисные процессы и техническая поддержка.

Такая облачная стратегия требует тактического подхода, предусматривающего три уровня тестирования и совершенствование широкого спектра новых приемов работы с облаком в быстро развивающейся среде, а также формирование стабильной модели будущих действий. Назовём эти уровни.

1. Привлечение бизнес-подразделений. Обеспечение бизнес-пользователей навыками, методами и инструментами, позволяющими им оценить, измерить и приоритизировать возможности облачных сервисов.

2. Определение архитектуры решений. Формирование групп из работников разных специальностей, способных перевести требования бизнеса на язык облачных сервисов с тестированием и оценкой новых операционных моделей.

3. Индустриализация. Преобразование новых операционных моделей на базе облаков в полноценные сервисные платформы.

Дальновидные СЮ сумеют справиться с этим историческим вызовом и будут готовиться к нему уже сейчас. Успеха добьются те, кто эффективно применяет принцип “прислушиваться и реагировать” и создает правильную экосистему для перехода к облакам. □

РАСПРОСТРАНЕНИЕ PC WEEK/RUSSIAN EDITION

Подписку можно оформить в любом почтовом отделении по каталогу:

• “Пресса России. Объединенный каталог” (индекс 44098) ОАО “АРЗИ”

Альтернативная подписка в агентствах:

• ООО “Интер-Почта-2003” — осуществляет подписку во всех регионах РФ и странах СНГ.

Тел./факс (495) 580-9-580; 500-00-60;

e-mail: interpochta@interpochta.ru; www.interpochta.ru

• ООО “Агентство Артос-ГАЛ” — осуществляет подписку всех государственных библиотек, юридических лиц в Москве, Московской области и крупных регионах РФ.

Тел./факс (495) 788-39-88; e-mail: shop@setbook.ru; www.setbook.ru

• ООО “Урал-Пресс”

г. Екатеринбург — осуществляет подписку крупнейших российских предприятий в более чем 60 своих филиалах и представительствах.

Тел./факс (343) 26-26-543

ВНИМАНИЕ!
Для оформления бесплатной корпоративной подписки на PC Week/RE можно обращаться в отдел распространения по тел. (495) 974-2260 или E-mail: podpiska@skpress.ru, pretenzii@skpress.ru
Если у Вас возникли проблемы с получением номеров PC Week/RE по корпоративной подписке, пожалуйста, сообщите об этом в редакцию PC Week/RE по адресу: editorial@pcweek.ru или по телефону: (495) 974-2260. Редакция

(многоканальный); (343) 26-26-135; e-mail: info@ural-press.ru; www.ural-press.ru

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В МОСКВЕ
ООО “УРАЛ-ПРЕСС”

Тел. (495) 789-86-36; факс (495) 789-86-37; e-mail: moskva@ural-press.ru

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ
ООО “УРАЛ-ПРЕСС”

Тел./факс (812) 962-91-89

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В КАЗАХСТАНЕ
ООО “УРАЛ-ПРЕСС”

тел./факс 8(3152) 47-42-41; e-mail: kazakhstan@ural-press.ru

• ЗАО “МК-Периодика” — осуществляет подписку физических и юридических лиц в РФ, ближнем и дальнем зарубежье.

Факс (495) 306-37-57; тел. (495) 672-71-93, 672-70-89; e-mail:

catalog@periodicals.ru; info@periodicals.ru; www.periodicals.ru

• Подписное Агентство KSS —

осуществляет подписку в Украине.

Тел./факс: 8-1038- (044)585-8080

www.kss.kiev.ua, e-mail: kss@kss.kiev.ua



№ 32 (782)

БЕСПЛАТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТ ФИРМ!

ПОЖАЛУЙСТА, ЗАПОЛНИТЕ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ:

Ф.И.О. _____
 ФИРМА _____
 ДОЛЖНОСТЬ _____
 АДРЕС _____
 ТЕЛЕФОН _____
 ФАКС _____
 E-MAIL _____

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1С1 | <input type="checkbox"/> ELKO GROUP28 |
| <input type="checkbox"/> БОСС. КАДРОВЫЕ СИСТЕМЫ25 | <input type="checkbox"/> JET INFOSYSTEMS .19 |
| <input type="checkbox"/> ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО17 | <input type="checkbox"/> INTEL3 |
| <input type="checkbox"/> РОСКО5 | <input type="checkbox"/> INTEL7 |
| <input type="checkbox"/> ASUS13 | <input type="checkbox"/> MARVEL11 |
| | <input type="checkbox"/> PANASONIC9 |
| | <input type="checkbox"/> POWERCOM15 |

ОТМЕТЬТЕ ФИРМЫ, ПО КОТОРЫМ ВЫ ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, И ВЫШЛИТЕ ЗАПОЛНЕННУЮ КАРТОЧКУ В АДРЕС РЕДАКЦИИ: 109147, РОССИЯ, МОСКВА, УЛ. МАРКСИСТСКАЯ, Д. 34, КОРП. 10, PC WEEK/RUSSIAN EDITION; или по факсу: +7 (495) 974-2260, 974-2263.

SONY
make.believe

VAIO

Sony VAIO - лучшее от 3D всегда с вами!



Представляем ноутбук Sony VAIO VPCF21Z1R/BI

Стильное и простое устройство для развлечений в формате Full HD 3D с технологией высокой частоты обновления изображения и 3D Blu-ray.

- Лучшие 3D-развлечения в несравненном качестве на большом экране Full HD 3D
- Конвертация 2D-видео в формат 3D простым нажатием кнопки
- Невероятное качество 3D Blu-ray для ваших фильмов и игр, высокопроизводительная видеокарта NVIDIA® DX11
- Мощный процессор Intel® i7 Quad Core™ второго поколения для развлечений и работы

 **elko**®

www.elko.ru

ООО «АЛЬМА» — авторизованный дистрибьютор ноутбуков VAIO в России.

«Sony» и «VAIO» являются зарегистрированными товарными марками или товарными знаками Sony Corporation. «ELKO» - зарегистрированный товарный знак ELKO Group, Латвия. Остальные торговые знаки являются собственностью соответствующих правообладателей.